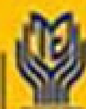
. Lã Quốc Vinh

10 NGUYÊN TẮC TRỞ THÀNH NHÂN TÀI CỦA BILLGATES

10 Principles for Outstanding Employees of Bill Gates



ây là nguyên tắc để trở thành nhân viên tài giỏi do chính Bill Gates đúc kết. Những nguyên tắc này luôn là kim chỉ nam thành công và nguyên tắc làm việc mà các nhân viên của công ty Microsoft cần phải tuân theo. Chính vì vậy, rất nhiều công ty nổi tiếng trên thế giới cũng áp dụng những nguyên tắc này để bồi dưỡng, nâng cao tinh thần làm việc của nhân viên công ty mình.

10 nguyên tắc trở thành nhân viên tài giỏi của Bill Gates đã chỉ ra mục tiêu nỗ lực và phương hướng thành công cho nhân viên trên thế giới. Dù bạn ở đâu, làm gì, chỉ cần bạn nắm chắc, tuân theo và áp dụng những nguyên tắc này thì bạn sẽ thành công. Cuốn sách là một công cụ giúp đào tạo những nhân viên tài giỏi. Cuốn sách nói cho chúng ta biết mình cần phải đổi mới, nâng cao kiến thức ra sao, làm việc nhiệt tình như thế nào, song hành cùng kế hoạch lâu dài của công ty... qua đó bạn sẽ được khẳng định và giành được thành công.

LỜI NÓI ĐẦU

Nhắc tới Bill Gates và công ty Microsoft, chắc chắn rất nhiều người đều cảm thấy vô cùng quen thuộc.

Bill Gates lập nghiệp từ hai bàn tay trắng, năm 20 tuổi sáng lập Microsoft, năm 31 tuổi trở thành tỷ phú trẻ nhất trong lịch sử thế giới. Tính đến năm 1997, Bill Gates đã sở hữu khối tài sản cá nhân lên tới 51 tỷ đô la Mỹ. Trong thời gian 20 năm ngắn ngủi, tài sản của ông đã lớn hơn rất nhiều so với tài sản của gia tộc các ông vua xe hơi, vua dầu mỏ, vua gang thép và trùm tài phiệt kinh tế làm ra trong 200 năm. Theo thống kê về tổng sản phẩm quốc dân năm 1995, tài sản của Bill Gates tương đương với 1/365 tổng giá trị toàn thế giới, đứng giữa hai nước xếp thứ 38 và 39 là Venezuela và Hy Lạp, đứng trên Ucraina, Bồ Đào Nha cũng như hàng trăm quốc gia vừa và nhỏ khác, Bill Gates có thể được gọi là địch thủ của các nước giàu. Nếu ông là một quốc gia, ông sẽ là quốc gia giàu có xếp thứ 39 trên thế giới.

Công ty Microsoft do Bill Gates lãnh đạo, từ hai người thành lập ban đầu đã phát triển, lớn mạnh như hiện tại với hơn 50.000 nhân viên, từ một số vốn có thể đếm trên đầu ngón tay trở thành công ty có giá trị thị trường lên đến 299,9 tỉ đô la Mỹ, bứt phá trở thành công ty có giá trị cao nhất trên thị trường thế giới.

Ngày nay, hàng trăm triệu người sử dụng máy tính trên toàn thế giới gần như đều đang sử dụng phần mềm và hệ thống điều hành của Microsoft. Sự thành công của Bill Gates và Microsoft được mọi người gọi là "câu chuyện thần thoại khó tin". Trong mắt mọi người, Bill Gates là danh từ đại diện cho sự thành công. Bill Gates trở thành thần tượng được mọi người ngưỡng mộ và sùng bái, công ty Microsoft trở thành doanh nghiệp lý tưởng trong tâm trí nhiều người.

Vì sao Bill Gates và Microsoft có thể đạt được thành công lớn đến như vậy?

Rất nhiều người đã thử đưa ra các đáp án khác nhau, nhưng thực ra, ngoài yếu tố Bill Gates là một thiên tài máy tính, thiên tài quản lý và thiên tài kinh doanh còn một yếu tố quan trọng hơn, đó là: Microsoft sở hữu một đội ngũ nhân viên xuất sắc nhất thế giới.

Bill Gates đã từng nói: "Nếu một ngày kia thức dậy, toàn bộ Microsoft bị thiêu rụi thành tro, chỉ cần cho tôi 20 nhân viên xuất sắc nhất, mọi thứ lập tức có thể bắt đầu lại".

Bill Gates luôn cho rằng, trong doanh nghiệp, bất cứ thứ gì đều có thể đánh giá bằng những giá trị khác nhau, duy nhất đội ngũ nhân viên xuất sắc là vô giá.

Trở nên xuất sắc, nổi bật và giành được thành công trong một công ty thời hiện đại là ước nguyện và mục tiêu phấn đấu của mỗi người đi làm. Vậy, phải làm thế nào mới có thể trở thành một nhân viên xuất sắc trong mắt ông chủ, làm thế nào để thực hiện ước mơ thành công của cá nhân mình?

Căn cứ theo kinh nghiệm sau khi tiếp xúc với những nhân viên xuất sắc nhất trong quá trình lập nghiệp, Bill Gates đã tổng kết ra 10 nguyên tắc lớn của một nhân viên xuất sắc, những nguyên tắc đó có thể trả lời cho chúng ta câu hỏi trên và giúp chúng ta tìm thấy con đường đi tới thành công. Những nguyên tắc đó luôn là nguyên tắc hành động và kim chỉ nam cho thành công của các nhân viên trong Microsoft, rất nhiều doanh nghiệp nổi tiếng trên thế giới cũng lấy những nguyên tắc đó làm tiêu chuẩn đào tạo, bồi dưỡng tinh thần nghề nghiệp cho nhân viên mình và coi đó là chuẩn mực, khuôn mẫu cho nhân viên.

***"10 nguyên tắc để trở thành nhân tài của Bill Gates"** là một cuốn sách hay giúp xây dựng, đào tạo những nhân viên xuất sắc. Cuốn sách cho chúng ta biết làm thế nào để cập nhật, làm mới, nâng cao kiến thức chuyên ngành cũng như tay nghề chuyên môn; làm thế nào để vận*

dụng trí não và làm việc với một bầu nhiệt huyết tràn trề; làm thế nào luôn đồng hành nhịp bước cùng kế hoạch dài kỳ do công ty đề ra; làm thế nào để luôn yêu quý công ty của mình, sản phẩm của mình, thuyết phục được khách hàng bởi sự nhiệt tình, hết mình như một giáo sỹ truyền đạo; làm thế nào để tận dụng linh hoạt những cơ hội phát triển có lợi cho bản thân, làm nên thành công lớn nhất cho mình...

"10 nguyên tắc để trở thành nhân tài của Bill Gates" *còn mang lại cho chúng ta mục tiêu phấn đấu và phương hướng đi tới thành công. Bất kỳ ai đang ra sức cố gắng làm việc đều chỉ cần tự giác mày mò, nắm vững, tuân thủ và vận dụng những nguyên tắc đó, cảm nhận những nguyên tắc đó bằng trái tim, biết cách phát huy sở trường của bản thân đều có thể trở thành nhân viên xuất sắc trong mắt ông chủ, có thể đứng vững trong công ty thời hiện đại.*

CÓ CẢM HỨNG MÃNH LIỆT ĐỐI VỚI SẢN PHẨM CỦA CÔNG TY MÌNH

rước tiên, ít nhất cần có lòng hiếu kỳ đối với sản phẩm của công ty hay cơ quan mình làm việc, đây là một điều vô cùng quan trọng. Bạn cần đích thân sử dụng sản phẩm đó.

Đối với người làm trong ngành công nghệ thông tin, nguyên tắc này càng được nhấn mạnh hơn. Đương nhiên, nguyên tắc cũng phù hợp với các lĩnh vực đòi hỏi mật độ kiến thức cao khác, vì trong lĩnh vực đó, kỹ thuật và phát triển ứng dụng được cập nhật vô cùng nhanh chóng, việc nắm bắt kỹ thuật của ngành nghề không thể dừng lại. Nếu bạn không có cảm hứng với những sản phẩm đó, chẳng bao lâu sau bạn sẽ trở nên lạc hậu và bị đào thải. Quá trình này diễn ra rất nhanh.

Bill Gates nói: "Một nhân viên xuất sắc, trước tiên tối thiểu cần có lòng hiếu kỳ đối với sản phẩm của công ty hay cơ quan mình làm việc". Bill Gates cho rằng: "Lòng hiếu kỳ là động lực nghiên cứu, phát triển sản phẩm, là động lực thúc đẩy sự đi lên, là yếu tố quan trọng nhất của nhân viên kiểu mới. Bởi vì lòng hiếu kỳ có thể kích thích sự quan tâm, lòng nhiệt tình của nhân viên và đảm bảo lòng nhiệt tình đó luôn giữ ở mức cao.

Lòng hiếu kỳ và cảm hứng là hai điểm không thể tách rời. Đối diện với sản phẩm, lòng hiếu kỳ khiến bạn luôn tự hỏi: "Tại sao sản phẩm lại thiết kế như thế này?", "Sản phẩm còn khiếm khuyết gì cần cải tiến nữa không?", "Còn có thể sản xuất sản phẩm tốt hơn thế này hay không?". Tâm lý muốn tìm tòi sẽ kích thích ham muốn tìm hiểu về sản phẩm của bạn, từ đó bạn sẽ có cảm hứng mãnh liệt đối với việc sản xuất sản phẩm. Có cảm hứng thì tự nhiên bạn sẽ tiến hành nghiên cứu, phát triển, cuối cùng sẽ tìm thấy đáp án.

Máy hơi nước ra đời của cũng bắt nguồn từ lòng hiếu kỳ, sự tò mò của một nhà phát minh người Anh tên là James Watt. James Watt rất hiếu kỳ trước hiện tượng "hơi nước sinh ra từ ấm nước đang sôi có thể đẩy nắp ấm lên". Hơi nước có sức mạnh lớn như vậy sao? Men theo sự dẫn đường của lòng hiếu kỳ, James Watt bắt đầu nghiên cứu xem làm thế nào để sử dụng sức hơi nước thúc đẩy sự vận động của các vật thể khác. Những tìm tòi của ông từng bước thu được hiệu quả, ông càng có cảm hứng mãnh liệt hơn đối với việc nghiên cứu máy hơi nước, hứng thú lên cao thúc đẩy hành vi tìm hiểu của ông, vì thế đi cùng với lòng hiếu kỳ, cảm hứng, lòng kiên trì và công sức, máy hơi nước cuối cùng đã xuất hiện. Phát minh này của nhà bác học James Watt, ông tổ của máy hơi nước đã giúp con người thoát khỏi sự hạn chế về kỹ thuật phục vụ cuộc sống, mở đầu cuộc cách mạng công nghiệp Anh cũng như lịch trình hiện đại hoá của xã hội loài người.

Lòng hiếu kỳ thôi thúc con người phát hiện, phát minh và sáng tạo. Những người thành công trong sự nghiệp không ai là không có lòng hiếu kỳ mạnh mẽ.

Lật lại trang sử phát triển của xã hội loài người, không khó để phát hiện, lòng hiếu kỳ là mầm nảy sinh khoa học, là một trong những phẩm chất đáng quý để con người sáng tạo cơ hội, không ngừng phát minh và tiến bộ. An-be Anhxtanh, nhà vật lý nổi tiếng thế giới, tác giả "Thuyết tương đối", ngày nhỏ từng kinh ngạc khi thấy kim la bàn luôn chỉ về hướng bắc, chính hiện tượng đó khơi gợi lòng hiếu kỳ, thúc đẩy ông đến với nghiên cứu khoa học. Sau này ông nói: "Tôi không có khả năng hay tài nghệ gì đặc biệt, tôi chỉ có một lòng hiếu kỳ mạnh mẽ". Câu nói của ông đã chỉ ra bí quyết thành công của không ít các nhà khoa học.

Không chỉ các nhà khoa học lừng danh mới cần có lòng hiếu kỳ, nhân viên bình thường nếu muốn có thành tựu cũng cần có lòng hiếu kỳ, bởi lòng hiếu kỳ sẽ mang đến cho con người sức sáng tạo mạnh mẽ, có thể lập nên kỳ tích. Lòng hiếu kỳ là một phẩm chất đáng quý, nó kích thích tinh thần thám hiểm, ước muốn tìm tòi của con người và còn sáng tạo, khơi nguồn những khả năng tiềm ẩn cho sản phẩm mới.

Trình độ văn hóa của Konosuke Matsushita, người sáng lập và gây dựng tên tuổi công ty National Panasonic rất thấp, ông chỉ học hết lớp 4. Do hoàn cảnh gia đình, năm lên 9 tuổi ông đã bắt đầu đi làm thợ học việc, 15 tuổi làm thợ phụ cho một cửa hàng xe đạp. Trong môi trường đó, Konosuke Matsushita lần đầu tiên nhìn thấy xe điện, chính nhờ lòng hiếu kỳ mà ông luôn cảm thấy, sau khi xe điện phổ cập rộng rãi, xe đạp sẽ bị đào thải, ông liền quyết định xin vào làm trong ngành xe điện. Sau khi chuyển đến làm thợ học nghề chạy dây điện ở Công ty Điện quang Osaka, ông bắt đầu đào sâu suy nghĩ để cải tiến kỹ thuật.

Một lần qua chợ ông tình cờ nghe thấy mấy người phụ nữ nội trợ đang mua sắm bàn luận rằng đầu cắm các thiết bị điện ở nhà chỉ có thể cắm vào một ổ cắm, không tiện lợi chút nào, giá như có đầu cắm đa dụng thì tốt biết mấy. Konosuke Matsushita nghe xong, động não một chút, trong đầu chợt lóe lên sáng kiến mới, lập tức tiến hành cải tiến những chiếc ổ cắm đang dùng và đề nghị ông chủ tiếp thu.

Sau khi bị ông chủ từ chối, Konosuke Matsushita khi ấy mới 22 tuổi bèn tự mình thuê một căn phòng nhỏ, bắt đầu chế tạo những chiếc ổ cắm hai chức năng, năm sau chính thức thành lập "phòng chế tạo thiết bị điện Panasonic", chẳng bao lâu sau cho ra mắt sản phẩm mới là ổ cắm "tam thông", sản phẩm được đón nhận và tiêu thụ rất nhanh, ngay lập tức đã thu được lãi lớn. Sản phẩm được mang đến bởi "lòng hiếu kỳ" này đã đặt viên gạch móng đầu tiên, vững chãi cho cả tòa nhà cao vạn trượng của vương quốc điện tử Panasonic sau này. Đến hôm nay, Konosuke Matsushita đã xây dựng, sở hữu hơn 130 công xưởng, "vương quốc Panasonic" đã có mặt trên khắp năm châu, tài sản của Konosuke Matsushita có thể đạt đến trên 200 tỷ yên Nhật.

Hiếu kỳ là một phẩm chất mà tất cả những người làm nghiên cứu khoa học cần có, cũng là một phẩm chất tối thiểu mà tất cả những nhân viên muốn có phát hiện, sáng tạo cần có.

Lòng hiếu kỳ là điều kiện đầu tiên quyết định một người có thể đạt được thành công, thể hiện được trí tuệ hay không.

Ngày nhỏ, Bill Gates là một cậu bé vô cùng ham mê máy tính, có lòng hiếu kỳ mãnh liệt. Khi mới 13 tuổi cậu đã viết ra chương trình phần mềm đầu tiên. Lòng hiếu kỳ khiến cậu ngày đêm dùi mài kiến thức về máy tính, lòng hiếu kỳ cũng khiến cậu luôn đầy ắp niềm hứng thú đối với chiếc máy tính, nhờ thế, chỉ sau 8 tuần chuyên tâm, miệt mài không kể ngày đêm, chàng trai 20 tuổi Bill Gates và cậu bạn Paul Allen đã viết xong ngôn ngữ lập trình Basic cho máy tính Altair 8800, máy tính nhỏ dùng trong lĩnh vực kinh tế đầu tiên. Có thể nói, lòng hiếu kỳ mãnh liệt đã tạo nên sự nghiệp của ông.

Qua con đường đi đến thành công của Bill Gates, chúng ta có thể nhận thấy, lòng hiếu kỳ thường thúc đẩy một người đi sâu nghiên cứu, tìm hiểu, vì thế có thể phát hiện rất nhiều điều trước nay chưa từng được biết.

Trong lịch sử nhân loại, rất nhiều phát hiện mới, phát minh mới, sản phẩm mới đều là kết quả sau một thời gian dài nghiên cứu của những người có lòng hiếu kỳ mạnh mẽ.

Sản phẩm hay đều được sáng tạo ra từ lòng hiếu kỳ

Quá trình của lòng hiếu kỳ chính là quá trình của sự suy nghĩ, tìm tòi, nghĩ nhiều sẽ tạo ra trí tuệ, nghĩ sâu có thể sáng tạo cái mới. Tất Thăng là một thợ khắc chữ lão thành xuất sắc của Trung Quốc thời Tống. Tay nghề của ông rất tinh xảo, sách được in ra từ những bản khắc gỗ của ông đều được mọi người đón nhận. Nhưng qua thời gian dài lao động vất vả, ông nhận thấy nghề in từ bản

khắc còn rất nhiều khuyết điểm, vì thế luôn vắt óc suy nghĩ tìm cách cải tiến, đưa ra thiết kế mới. Chuyện kể rằng, có một lần, Tất Thăng nhìn thấy lũ trẻ dùng đất sét nặn thành hình người, sau khi nướng trên lò, mang ra chơi được rất lâu, ông vụt lên ý nghĩ: nếu như đem những con chữ dùng trong in ấn, cũng khắc thành từng cái thì tiện lợi biết bao! Qua tìm tòi, nghiên cứu tỉ mỉ, dài lâu, cuối cùng ông phát minh ra thuật in bằng con chữ, trở thành một trong bốn phát minh lớn của Trung Quốc thời cổ đại.

Nếu bạn cũng có lòng hiếu kỳ đối với sản phẩm của chính mình, bạn sẽ nảy sinh ước muốn mãnh liệt để tìm hiểu, nghiên cứu sản phẩm, lòng hiếu kỳ sẽ thúc đẩy bạn làm rõ gốc rễ vấn đề và dốc sức sáng tạo, cải tiến, làm cho sản phẩm ngày càng trở nên đáng tin cậy hơn, có tính thực tế cao hơn.

Bill Gates nói: "Rất nhiều sản phẩm mà chúng ta yêu thích, đều được tạo ra bởi lòng hiếu kỳ và cảm hứng mãnh liệt".

Lòng hiếu kỳ cũng như một hạt giống, không có hạt giống không thể mọc lên cây to cho bóng râm che mát, người không có lòng hiếu kỳ cũng không thể có phát minh hay sáng tạo. Sau khi hạt giống được gieo vào đất, được con người tưới tiêu, chăm sóc, sẽ dần dần nhú lên khỏi mặt đất, từ một mầm non lớn lên thành cây cao. Có lòng hiếu kỳ, cộng thêm lòng kiên trì và công sức, bạn nhất định trở thành một nhân tài có ích.

Lý Chính Đạo, tiến sỹ vật lý nổi tiếng người Mỹ gốc Trung Quốc nói: "Lòng hiếu kỳ rất quan trọng, muốn làm khoa học không thể thiếu lòng hiếu kỳ. Đạo lý rất giản đơn, chỉ có lòng hiếu kỳ mới có thể nêu ra vấn đề, giải quyết vấn đề. Điều đáng sợ là không thể nêu ra vấn đề, đồng nghĩa rằng bước đi đầu tiên cũng không thể bước qua". Chính vì lòng hiếu kỳ quan trọng như vậy nên rất nhiều người coi lòng hiếu kỳ là phẩm chất đầu tiên của người thành công. Đối với một nhân viên có tài, có chí vươn lên, khát khao đạt được thành công, lòng hiếu kỳ vô cùng quý báu.

Bill Gates nói: "Nhân viên xuất sắc cần luôn thể hiện cảm hứng và tình yêu của mình đối với công ty và sản phẩm. Nếu không có hứng thú với sản phẩm của công ty, bạn sẽ bị lạc hậu rất nhanh, thậm chí bị đào thải". Bill Gates cho rằng, nhân viên xuất sắc cần yêu công ty, yêu sản phẩm của công ty mình và yêu công việc mình làm. Yêu sản phẩm của công ty có nghĩa là đích thân sử dụng sản phẩm của công ty, bởi vì chỉ có như vậy bạn mới có thể biết được sản phẩm của công ty có tốt hay không, những mặt nào cần cải tiến.

Nhân viên của Microsoft đều rất yêu công ty của mình, họ yêu quý sản phẩm của chính mình và luôn lấy đó làm tự hào, không ngừng theo đuổi mục tiêu chất lượng cao và sự hoàn mỹ của sản phẩm. Họ luôn tràn đầy tình yêu đối với công việc, vì thế họ thường trở nên hân hoan, vui mừng đến "phát điên" mỗi khi nảy sinh một sáng kiến mới và càng hạnh phúc gấp bội mỗi khi sản phẩm của mình được nhân dân trên toàn thế giới đón nhận và hoan nghênh.

Không chỉ nhân viên của công ty Microsoft, vào thời đại tôn sùng chất lượng như hiện nay, mỗi doanh nghiệp, mỗi nhân viên đều cần làm như vậy. Khi bạn yêu sản phẩm của chính mình, sản phẩm của bạn sẽ có thể đem tới cho mọi người nhiều điều tốt đẹp hơn; khi bạn yêu công việc của chính mình, công việc càng thể hiện giá trị cuộc sống của bạn; khi bạn yêu công ty của chính mình, bạn sẽ cảm nhận được bầu không khí ấm áp của gia đình và sẵn sàng dốc tâm dốc sức vì gia đình đó.

Yêu sản phẩm của bạn như yêu người yêu

Sở dĩ một nhân viên có thể trở thành nhân viên xuất sắc là vì người đó yêu sản phẩm của công ty giống như yêu người yêu của mình.

Giới kinh tế có một hiện tượng khiến người khác phải suy nghĩ, đó là sự hưng thịnh của các tập đoàn doanh nghiệp gia tộc: cho dù là công ty điện tử Panasonic của Nhật, tập đoàn siêu thị Wal Mart và tập đoàn xe General của Mỹ, hay tỷ phú người Hoa hàng đầu Lý Gia Thành... Những doanh nghiệp gia tộc này tại sao có thể sinh tồn và duy trì trong thời gian dài như vậy? Chính vì họ toàn tâm toàn sức, chủ động yêu sản phẩm, yêu công ty, đó chính là tinh thần "yêu sản phẩm như yêu người yêu của mình".

Thế nào là tình yêu? Một tình yêu chân chính là yêu cả khuyết điểm lẫn ưu điểm của nhau.

Một doanh nghiệp, một sản phẩm cũng như một người tình, sao có thể không có khuyết điểm? Nhân viên yêu công ty sẽ thường nghĩ: Công ty của chúng ta, sản phẩm của chúng ta tốt như thế nào, đẹp như thế nào, thậm chí khi nhìn thấy khuyết điểm sẽ nghĩ, cần tìm ra cách để sửa chữa cho hoàn thiện hơn; cũng giống như với người yêu, quần áo của anh ấy không hợp mắt, mình sẽ mua cho anh ấy một chiếc mới; kiểu tóc của anh ấy chưa đẹp, mình sẽ giúp anh ấy sửa lại; anh ấy có thói quen hút thuốc, mình cần nghĩ cách giúp anh ta cai thuốc. Đó mới là một người yêu tốt.

Nếu như người đang yêu chỉ biết than trách: Anh ấy hút thuốc thật khó chịu, hình ảnh anh ấy chẳng bắt mắt tý nào, anh ấy kiếm tiền quá ít... Đây không gọi là tình yêu, những người như vậy sẽ rất dễ bỏ rơi người yêu, thậm chí vứt bỏ gia đình. Kết quả, người đó vĩnh viễn không bao giờ tìm được tình yêu đích thực của mình. Cũng giống như rất nhiều người khi bước vào một doanh nghiệp, hơi tý thì nói sản phẩm của công ty không được, chế độ quản lý không hợp lý, quảng cáo ít, đãi ngộ phúc lợi quá thấp, tương lai không thể phát triển, trình độ lãnh đạo còn kém, đồng nghiệp bên cạnh không hòa đồng... Thực ra, những việc tương tự như vậy có thể bắt gặp ở bất kỳ công ty nào, nếu chỉ chăm chăm nhìn vào những khiếm khuyết đó, chúng ta không bao giờ tình nguyện "yêu" công ty và đương nhiên cũng không bao giờ tìm thấy vị trí của chính mình trong công ty.

Yêu sản phẩm, hòa quyện tình cảm của chính mình vào sản phẩm, tất cả những nhân viên có thành tích tốt đều là những người nhiệt tình với công ty, với sản phẩm.

Yêu công ty, yêu sản phẩm mới có cơ hội thành công

Công việc đầu tiên của một nhân viên bán hàng thuộc Phòng kinh doanh là bán điều hòa, mặc dù chỉ là một công việc tiêu thụ sản phẩm bình thường nhưng người nhân viên đó lại rất mực yêu công ty, yêu sản phẩm điều hòa do công ty sản xuất, ngày nào anh cũng nhiệt tình, thật lòng giải thích với khách hàng về sản phẩm, tích cực giới thiệu sản phẩm, nhờ thế anh là người có thành tích tốt nhất trong số những nhân viên bán hàng của công ty. Sau này, do làm việc xuất sắc, dần dần anh được đề bạt làm tổ trưởng, giám đốc rồi quản lý cấp cao của doanh nghiệp, thu nhập của anh từ mấy trăm tệ của một nhân viên bán hàng lúc ban đầu đã tăng lên mấy chục lần. Có thể thấy, chỉ cần yêu công ty, yêu sản phẩm, bạn sẽ có cơ hội thành công.

Chỉ khi yêu sản phẩm của chính mình, khi bán hàng mới có thể nhiệt tình chào hàng. Cho dù là nhân viên bán hàng hay nhân viên sản xuất, nhân viên quản lý của công ty, đều nên mở rộng tầm nhìn, yêu sản phẩm của chính mình thì bạn mới có thể nhìn thấy tương lai từ chính sản phẩm trên tay.

Một lãnh đạo thành công nói: "Là một nhân viên bán hàng xuất sắc trước tiên phải yêu sản phẩm của chính mình, thật sự hiểu sản phẩm của chính mình. Trên cơ sở đó, trong quá trình giao tiếp với khách hàng mới có thể lắng nghe, hiểu được nhu cầu thật sự của khách hàng. Không có sự nhiệt tình, không thể yêu sản phẩm của chính mình; tương tự, không có nhiệt tình cũng không thể làm tốt công việc bán hàng".

Thật ra, chất chứa nhiệt tình, mang một tinh thần "yêu công ty, yêu sản phẩm của công ty" không chỉ là yêu cầu đối với nhân viên bán hàng xuất sắc. Nhân viên marketing xuất sắc, người

quản lý doanh nghiệp xuất sắc và cả nhân viên sản xuất, ai không cần nhiệt tình, ai làm việc mà không cần mang theo tinh thần "yêu công ty, yêu sản phẩm của công ty"?

Mỗi doanh nghiệp được kính trọng đều sở hữu một đội ngũ nhân viên vô cùng yêu mến sản phẩm và công ty. Khi nói về CEO của Lenovo Dương Nguyên Khánh và CEO của kỹ thuật số Thần Châu Quách Vi, Liễu Truyền Chí đã phát biểu đầy cảm khái: "Họ đâu chỉ yêu Lenovo, họ cống hiến cả tính mệnh cho Lenovo".

Tất cả các doanh nghiệp, tất cả các ông chủ đều đang tìm kiếm những nhân viên "yêu công ty, yêu sản phẩm của công ty, tràn đầy nhiệt huyết với công việc". Là một nhân viên xuất sắc, bạn nên tận dụng tất cả các cơ hội bày tỏ cảm hứng và tình yêu của mình đối với công ty và sản phẩm của công ty, cho dù trong thời gian làm việc hay khi đã tan sở, cho dù đối với nhân viên công ty hay với khách hàng, bạn bè. Khi bạn truyền đạt cho người khác hứng thú và tình yêu đối với công ty, người khác cũng sẽ cảm nhận được sự tự tin cũng như lòng tin của bạn đối với công ty. Khi cảm hứng, tình yêu của bạn đối với sản phẩm, với công ty xuất phát từ trái tim thì những gì thế giới đền đáp lại cho bạn sẽ là tình yêu và thành công.

Bill Gates có một câu danh ngôn: "Mỗi sớm tỉnh dậy, hễ nghĩ tới công việc mình làm và công nghệ do mình nghiên cứu, sáng tạo có thể đem đến những ảnh hưởng và thay đổi to lớn cho cuộc sống loài người, tôi đều cảm thấy hưng phấn và xúc động vô cùng".

Câu nói này của Bill Gates đã thể hiện rõ lòng nhiệt tình đối với công việc. Ông quen coi công việc là một niềm vui, một thú vui. Đối với ông, điều quan trọng nhất của một người thành công trong sự nghiệp là tình yêu đối với công việc. Yêu công việc mới có thể có cảm hứng đối với việc mình làm, mới có thể hoàn thành xuất sắc công việc được giao.

Bill Gates là một người vô cùng yêu thích công việc của mình. Năm 1975, khi vừa bắt đầu thành lập công ty phần mềm, ông đã dốc hết tâm sức vào việc thiết kế phần mềm. Khi ấy ông quả là một người đam mê công việc này, ông yêu và ham mê công việc đến quên ăn quên ngủ. Mỗi khi ánh hoàng hôn buông xuống, ông bắt đầu vào phòng làm việc và ở đó miệt mài nghiên cứu tới sáng hôm sau.

Nhưng trong môi trường làm việc hiện nay, vẫn có biết bao người không yêu thích công việc của mình, họ thường có thái độ "làm một ngày nghỉ một ngày", làm việc một cách đối phó, và kết quả là họ trở thành người thất bại nhất, không có thành tích gì nhất trong công ty.

Tiểu Vương là thợ hàn trong một xưởng chế tạo máy, ngay từ ngày đầu tiên vào xưởng, anh đã không ngừng than vãn, kêu ca: "Công việc này vừa mệt người vừa bẩn thỉu, người khác lại chẳng coi ra gì, tôi ghét công việc này, giá như có thể đổi một công việc khác thì tốt biết mấy". Cứ như thế, cuộc sống của Tiểu Vương là chuỗi ngày than thở và bất mãn. Anh cho rằng bản thân mình làm công việc thấp hèn này chẳng khác gì xuống địa ngục. Thế nên, trong công việc, Tiểu Vương luôn qua quýt cho xong, có thể trốn việc liền trốn việc, có thể lười nhác liền lười nhác, đối phó với công việc một cách tùy tiện.

Chớp mắt, thời gian như thoi đưa, năm tháng qua đi, ba công nhân vào xưởng cùng đợt với Tiểu Vương giờ đây đều dựa vào tay nghề tinh xảo bậc cao của mình, hoặc được đề bạt lên vị trí cao hơn, hoặc được công xưởng gửi đi chuyên tu, chỉ duy nhất có Tiểu Vương vẫn chỉ là một thợ hàn không thôi than thân trách phận như xưa.

Một người không yêu thích công việc của mình chắc chắn không thể làm tốt công việc, đương nhiên chẳng có gì khó hiểu khi ông chủ không để mắt tới họ. Những người như vậy không bị đuổi

việc đã may mắn lắm rồi, còn ông chủ nào muốn đề bạt họ nữa đây?

Mỗi nhân viên nên yêu công việc của chính mình, luôn tràn đầy nhiệt tình với công việc, chủ động trong công việc, không thể chỉ đối phó với công việc một cách thụ động, không thể "được đến đâu hay đến đó". Tinh thần, hành động, chất lượng công việc được hoàn thành và hiệu suất công việc sẽ phản ánh thái độ, hứng thú làm việc của bạn. Nhất là khi công việc vấp phải khó khăn, trở ngại, một nhân viên yêu thích công việc của mình sẽ dốc sức phát huy tiềm năng của bản thân, triển khai công việc một cách sáng tạo, khắc phục khó khăn; ngược lại, một nhân viên không yêu thích công việc của mình, hằng ngày chỉ biết làm theo người khác, ai chỉ đâu làm đó, một khi gặp khó khăn lại càng giống một cái khuôn đúc không hơn không kém.

Dale Breckenrge Carnegie, người được gọi là nhà giáo tâm hồn vĩ đại nhất thế kỷ 20 từng nói: "Trừ phi bạn yêu công việc mình làm, nếu không mãi mãi không thể thành công". Dù bạn làm việc ở ngành nghề nào, yêu công việc là bước đầu tiên giúp bạn đi tới thành công.

Coi công việc là một sự nghiệp để cống hiến

Yêu công việc có nghĩa là không chỉ cần coi đó là một nghề nghiệp nuôi sống bản thân và gia đình mà cần coi đó là một sự nghiệp để cống hiến. Ở Microsoft, phẩm chất này của nhân viên được thể hiện rất rõ ràng và mãnh liệt. Ở Microsoft, công việc là một niềm vui trong cuộc sống, tiền đồ của nhân viên và của công ty luôn gắn liền với nhau.

Đề cập tới tình yêu với công việc, một nhân viên nghiên cứu của Microsoft từng khiến Lý Khai Phúc, người sáng lập Viện nghiên cứu Trung Quốc Microsoft (nay là Viện nghiên cứu châu Á Microsoft) có ấn tượng vô cùng sâu đậm. Cuối tuần, nhân viên nghiên cứu này lái xe ra khỏi nhà, nói là đi gặp "bạn gái". Sau đó, một lần tình cờ, Lý Khai Phúc gặp anh trong văn phòng làm việc, bèn hỏi: "Bạn gái của anh đâu?". Người nhân viên nghiên cứu chỉ vào chiếc máy tính trên bàn, mỉm cười và trả lời: "Chính là "cô ấy" đấy". Yêu công việc đến như vậy, sao có thể không làm người khác cảm động?

Chỉ những người yêu công việc của mình nhất mới có thể nắm vững trong tay số phận và vận mệnh của mình. Chúng ta rất dễ phát hiện thấy, những người thành công dường như đều có một đặc điểm chung: Dù trí tuệ cao thấp khác nhau, dù công việc ngành nghề khác nhau nhưng họ đều vô cùng yêu thích, đam mê công việc của mình và có thể làm việc cần mẫn, hết mình trên cơ sở tình yêu ấy.

Sau khi tốt nghiệp đại học, bà Nhiệm Tiểu Bình, Viện phó Học viện Ngoại giao Bắc Kinh được phân công làm nhân viên trực tổng đài điện thoại tại Đại sứ quán Anh tại Trung Quốc. Trong mắt nhiều người, công việc của một nhân viên trực tổng đài chẳng có gì đáng kể, nhưng Nhiệm Tiểu Bình lại rất mực yêu thích công việc này, bà đã tạo nên bảng thành tích xuất sắc, nổi bật trên cương vị một nhân viên bình thường.

Bà ghi nhớ, thậm chí thuộc làu tên tuổi, số điện thoại, phạm vi công việc cũng như tên người thân của tất cả cán bộ công nhân viên Đại sứ quán. Nhiều khi có những cuộc điện thoại gọi đến nhưng lại không biết phải tìm gặp ai, bà liền hỏi thăm vài câu để cố gắng giúp họ tìm đúng người cần gặp. Dần dần, cán bộ nhân viên sứ quán khi có việc phải rời văn phòng không báo với phiên dịch của họ mà lại gọi điện cho bà, nói sẽ có những ai gọi điện tới và cần bà chuyển lời với nội dung gì, nhiều việc công lẫn việc tư đều nhờ bà thông báo, thế là Nhiệm Tiểu Bình trở thành một thư ký phụ trách toàn bộ mảng tin nhắn của Đại sứ quán.

Một ngày, Đại sứ bỗng nhiên tới phòng điện thoại, mỉm cười hiền từ và hết lời khen ngợi bà, đây là sự kiện chưa từng xảy ra trong lịch sử Đại sứ quán. Kết quả là không lâu sau, nhờ thành tích xuất sắc, bà được đặc cách cử sang Anh làm phiên dịch cho Phòng phóng viên của một tòa báo tại nước này.

Phóng viên hàng đầu của tòa báo này là một phụ nữ rất nổi tiếng trong nghề, đã từng được

nhận huân chương kháng chiến và được phong huân tước, bản lĩnh lớn nhưng vô cùng nóng tính. Bà phóng viên đã đuổi không biết bao nhiêu phiên dịch trước đây. Ban đầu bà cũng không muốn nhận Nhiệm Tiểu Bình, nhưng sau khi xem hồ sơ mới miễn cưỡng "thử" xem sao. Một năm sau, bà thường xuyên khoe với người khác rằng: "Phiên dịch của tôi giỏi gấp chục lần phiên dịch của anh". Chẳng bao lâu sau, với thành tích xuất sắc, Nhiệm Tiểu Bình lại một lần nữa được đặc cách cử sang Phòng liên lạc của Đại sứ quán Mỹ tại Trung Quốc. Bà lại hoàn thành xuất sắc công việc được giao, vinh dự nhận nhiều giấy khen, bằng khen của Bộ Ngoại giao.

Một nhân viên yêu thích công việc của mình sẽ tích cực, chủ động phát huy tính năng động chủ quan khi làm việc, đồng thời còn hun đúc tinh thần cống hiến cho công ty.

Một trong những nhân tố quan trọng ảnh hưởng tới bạn hiện nay và mai sau chính là sức mạnh của tình yêu và lòng đam mê. Chỉ khi nào bạn toàn tâm toàn ý dốc sức vào công việc mình yêu thích, khi ấy bạn mới có thể thật sự thành công.

Nếu bạn không yêu công việc mà mình lựa chọn, nhưng lại muốn hoàn thành thật xuất sắc, thì đây dường như là điều không thể.

Yêu công việc mà mình đang làm, tình yêu, lòng đam mê là người thầy tốt nhất của bản thân. Chỉ khi yêu sự nghiệp của mình, con người mới có thể sống và làm việc với bầu nhiệt huyết dâng trào.

Trên thế giới này, người thành công nhất và hạnh phúc nhất là những người toàn tâm toàn ý dốc sức vào công việc mình yêu thích, từ đó họ có cuộc sống của hoàn thiện.

Yêu công việc, nâng cao khả năng tập trung

Bill Gates nói: "Một nhân viên xuất sắc cần yêu công việc của mình, làm tốt công việc trên cương vị mình phụ trách, đồng thời khi cần làm việc gì thì đi sâu, chuyên tâm vào việc đó".

Chuyên tâm vào công việc của mình là cách tốt nhất thể hiện tình yêu với công việc, người không chuyên tâm vào công việc thì không thể nói tới tình yêu với công việc, càng không thể nói đến thành công trong công việc.

Tương truyền, khi Ung Chính còn nhỏ, Hoàng đế Khang Hy dẫn đầu đàn con đi săn, các hoàng tử mặc sức thể hiện tài năng săn bắn của mình trong khuôn viên săn bắn của hoàng cung. Mọi người đều rất hào hứng, trở về với không ít thu hoạch trong tay. Trên đường quay về, Hoàng đế Khang Hy lần lượt hỏi các A-ca đã nhìn thấy gì khi đi săn. Hoàng tử lớn: Con nhìn thấy rất nhiều, nào thảo nguyên bao la, cây cối um tùm, cả trời xanh mênh mông cùng những làn mây trắng...

Hoàng tử thứ hai: Con nhìn thấy A-mã, các anh, các em cùng ngựa chiến...

Hoàng tử thứ ba: Con nhìn thấy tài năng săn bắn nhanh nhẹn, hoạt bát, tư thế oai phong hùng dũng của các anh, các em, con nhìn thấy tương lai của Đại Thanh chúng ta...

Hoàng tử thứ tư (Hoàng đế Ung Chính sau này): Con chỉ nhìn thấy con mồi!

Nghe xong câu trả lời của Ung Chính, vẻ mặt Hoàng đế Khang Hy đột nhiên trở nên vui hơn, cất tiếng cười lớn: "Haha... rất tốt, con có thể chuyên tâm vào hành động của mình, trong lòng không có vướng mắc gì". Nói rồi, ông quất ngựa phi thật nhanh.

Dù làm bất cứ việc gì, làm thế nào để chuyên tâm hoàn thành mục tiêu đã đặt ra mới là nhiệm vụ cấp bách. Bất kỳ vĩ nhân, anh hùng, nhà quân sự, nhà doanh nghiệp thành công nào, ngoài việc sở hữu trí tuệ thông minh và niềm đam mê cháy bỏng thì họ luôn chuyên tâm vào công việc. Chỉ có như thế mới có thể toàn tâm toàn sức tiếp cận mục tiêu thành công. Đương nhiên, không thể nói

Hoàng đế Ung Chính trở thành vĩ nhân lịch sử chỉ nhờ vào việc nhỏ này, nhưng câu chuyện đã phản ánh phong cách, thái độ làm việc của một con người. Thái độ “chuyên tâm” trong hành động là điều kiện đầu tiên và mang tính quyết định mà bạn cần có khi muốn vươn tới thành công.

Thành công đến từ sự chuyên tâm. Đường Thái Tông Lý Thế Dân từng nói, trên đời này, vũ khí đáng sợ nhất không phải là dao quý có thể cắt vàng, cắt ngọc, mà là lòng tin kiên định không rời của một con người. Nếu một nhóm người có cùng một niềm tin sắt đá, chuyên tâm vào việc đó thì họ có thể làm chủ tất cả, và cũng có thể hủy diệt tất cả!

Khi bạn tập trung tinh thần, chuyên tâm vào công việc của mình, bạn sẽ phát hiện bản thân có thu hoạch không nhỏ chút nào: Áp lực công việc sẽ giảm đi, làm việc không còn vội vàng, lo lắng không yên. Chuyên tâm vào công việc còn có thể khiến bạn thêm yêu quý, gắn bó với công ty, đam mê công việc hơn và tìm thấy nhiều niềm vui bất ngờ từ công việc.

Geilke là Tổng giám đốc kinh doanh đầu tiên của Simen tại thị trường Trung Quốc, ông có nhiều đóng góp to lớn trong việc đưa sản phẩm điện tử của công ty Simen Đức vào chiếm lĩnh thị trường Trung Quốc, bản thân ông cũng giành được nhiều vinh dự, đạt được thành công to lớn.

Từng có phóng viên hỏi ông: “Thưa ông, ông có thể bật mí một chút bí quyết thành công không?”.

Geilke đã trả lời: “Chẳng có gì đáng gọi là bí quyết cả, tôi bắt đầu làm việc tại Simen từ năm 1983, theo cách nói của người Trung Quốc thì tôi đã có 19 năm tuổi nghề. Trước sau như một, tôi luôn tâm niệm làm việc cần chuyên tâm, cần tìm thấy niềm vui, hứng thú từ trong công việc, cũng cần có quyết tâm thay đổi tình hình hiện tại, tìm ra phương pháp giải quyết vấn đề và có hành động thực tế. Gần 20 năm qua tôi luôn kiên trì một lòng tin như vậy, tôi đã từng làm việc tại Phòng thị trường, Phòng sản xuất, Phòng kinh doanh sản phẩm của công ty Simen. Nếu nói đạt được một chút thành tích như ngày hôm nay thì đó là một trong những nguyên nhân”.

Những nhân viên thành công không chỉ hình thành thói quen chuyên tâm vào công việc mà còn coi chuyên tâm là sứ mệnh của bản thân.

Thời đại ngày nay, làm việc có chuyên tâm hay không đã trở thành một trong những tiêu chuẩn đánh giá phẩm chất nghề nghiệp của một nhân viên. Một số doanh nghiệp đề xướng “yêu nghề, kính nghiệp”, “làm nghề gì, chuyên tâm nghề đó”, còn chúng ta có thể chuyên tâm, toàn tâm toàn sức vào công việc là biểu hiện thực tế và rõ ràng nhất chứng minh tinh thần “yêu nghề, kính nghiệp”. Nếu trong giờ làm việc, đầu óc vẫn nghĩ tới những chuyện chẳng liên quan đến công việc như trận bóng đá hôm qua, kết quả xổ số hôm nay, bộ phim tuần trước hay giá cổ phiếu tuần này, thì ngay cả yêu cầu “chuyên tâm cơ bản” cũng chẳng làm được, chẳng khác gì “người ở doanh trại Tào nhưng lòng luôn hướng về đất Hán”, sao có thể nói là “yêu nghề”, “kính nghiệp”, càng không thể nói là chuyên tâm trước sau như một.

Chỉ khi nào coi chuyên tâm vào công việc là sứ mệnh và nỗ lực, cố gắng thực hiện sứ mệnh đó, hình thành nên thói quen chuyên tâm vào công việc thì khi đó, công việc của bạn mới có thể đạt hiệu quả cao và bạn cũng dễ dàng tìm thấy niềm vui trong công việc, nhờ đó càng dễ dàng đạt được thành công.

Bill Gates nói: “Trong lĩnh vực công nghệ thông tin, công nghệ và phát triển ứng dụng cập nhật nhanh chóng, việc nắm bắt công nghệ thuộc lĩnh vực này khó có thể “làm một mẻ, khỏe suốt

đời"". Bill Gates cho rằng, một số người khi nắm vững được một loại kỹ thuật hay công nghệ nào đó, sản xuất, chế tạo ra một loại sản phẩm nào đó, liền cho rằng có thể nghỉ ngơi, hưởng thụ, điều này vô cùng nguy hiểm. Trên đời không có chuyện "một lần vất vả, suốt đời nhàn nhã". Công nghệ thông tin cũng là kết quả của sự phát triển khoa học kỹ thuật, bản thân nó cũng đang phát triển, thay đổi từng ngày, sáng tạo, đào thải, lại sáng tạo, lại đào thải đã trở thành vòng tuần hoàn vĩnh cửu.

Hiện nay, tốc độ truyền bá, phổ cập và cập nhật công nghệ thông tin diễn ra vô cùng nhanh chóng, phù hợp với quy luật thường được gọi là "sông Trường Giang, sóng sau xô sóng trước, sóng trước tan trên bờ", bất kỳ công nghệ đi đầu nào cũng không thể duy trì một thời gian quá dài, không tồn tại kiểu công nghệ "ra đời rồi mãi giậm chân tại chỗ", muốn tồn tại, đứng vững trước sóng gió khắc nghiệt của thị trường, điều duy nhất chắc chắn cần làm là không ngừng thăm dò và nghiên cứu động thái, nhu cầu của khách hàng, truyền bá, phổ cập giá trị quan của thương hiệu, kịp thời đưa ra sản phẩm có thể hình thành làn sóng mới trên thị trường mà vẫn hỗ trợ danh tiếng vốn có của thương hiệu, vừa tạo ra giá trị thỏa mãn khách hàng ở mức độ lớn nhất vừa thu được lợi nhuận.

Sản phẩm "ra đời rồi giậm chân tại chỗ", kiến thức cũng như công nghệ, "ra đời mà không thay đổi" thì không thể tồn tại. Cũng giống như phầm mềm diệt vi rút cho máy tính, luôn phải cập nhật để có thể tấn công, phòng ngừa vi rút mới xuất hiện. Chính vì vi rút không ngừng sản sinh, không ngừng biến đổi nên phần mềm "ra đời mà không cần nâng cấp" là không thể có. Điều này tương tự như công nghệ chống trộm ngày càng cao cấp, không ổ khóa nào có thể mãi mãi ngăn ngừa được kẻ trộm.

Trước tình hình "không có bất cứ đồ vật gì có thể ra đời và tồn tại mãi mãi", chỉ có cách không ngừng nâng cao công nghệ, không ngừng nâng cấp sản phẩm mới có thể tránh bị rơi vào thảm cảnh thất bại, bị đào thải.

Bill Gates từng cảnh báo nhân viên của mình như sau: "Chúng ta không thể hài lòng với sản phẩm hiện tại, chúng ta cần không ngừng tự nâng cấp, tự làm mới mình. Điều cần phải xác định rõ ràng là, sản phẩm của công ty phải do chính chúng ta thay đổi, chứ không phải bị người khác thay thế".

Ví dụ, ban đầu Microsoft khởi nghiệp bằng phầm mềm MS-DOS, chiếm lĩnh 80-90% thị trường phầm mềm, sản phẩm này mang lại nguồn thu chính cho Microsoft, nhưng sau đó DOS bị thay thế không phải bởi đối thủ cạnh tranh, mà là "tự mình nâng cấp". Mỗi lần có được thị trường, Microsoft liền không ngừng thách thức chính mình, tiếp đó sẽ đưa ra sản phẩm cập nhật mới.

Các doanh nghiệp có thể có được hai gợi ý từ việc Microsoft chiếm lĩnh, đi đầu thị trường: Một là, nếu doanh nghiệp không tự mình đưa ra sản phẩm nâng cấp thay thế sản phẩm cũ, doanh nghiệp khác sẽ thay bạn làm việc đó. Hai là, đối mặt với việc nâng cấp sản phẩm, ai có thể đi đầu trong việc thay đổi, người đó sẽ nắm bắt được cơ hội đầu tiên.

Một doanh nghiệp thành công là như vậy, suy ra, một nhân viên thành công cũng cần như vậy. Mỗi nhân viên không nên tự hài lòng với bản thân.

Đối với phần lớn các công ty, một dự án thành công có thể giúp họ không phải lo lắng trong vòng 10 năm, nhưng đối với Microsoft, thành công chỉ có thể nói lên rằng, công việc sắp tới sẽ tốt hơn. Microsoft tuyệt đối không để nhân viên dừng chân trên thành tích đã qua.

Tại Microsoft, thành tích và hiệu quả hôm nay không phải là tất cả, bất kỳ ai muốn giậm chân tại chỗ đều sẽ bị người khác vượt qua; trong môi trường làm việc như vậy, người người đều dốc tâm dốc sức, bất kỳ ai đều không được phép mượn lý do này hoặc nguyên nhân khác để nghỉ ngơi. Bill Gates nói: "Rồi sẽ có lúc sản phẩm bị lỗi thời, vì vậy tốt nhất là không ngừng nghiên cứu phiên bản mới. Giống như chơi trò chơi, nếu hiệp này bạn chơi tốt, bạn mới có thể tiếp tục vào chơi hiệp sau".

Một nhân viên cần thích nghi với sự biến đổi nhanh chóng hằng ngày, cần nhạy bén nắm bắt xu hướng mới, chủ động cập nhật kiến thức mới, không ngừng làm mới bản thân, nâng cao năng lực công tác của bản thân.

Học giả thành công Napoleon Hill nói: “Trên đời, thật không biết có bao nhiêu người không có bất kỳ thành tựu gì, nguyên nhân chính là vì họ quá dễ hài lòng. Yêu cầu bản thân tiến lên có nghĩa là tuyệt đối không được dừng chân tại vị trị hiện có. Không hài lòng với hiện tại có thể giúp bạn không ngừng đạt được những thành công mới”.

Không hài lòng với hiện tại, không tự thỏa mãn, đắc chí với thành công trước mắt, đó chính là chí tiến thủ. Chỉ khi không hài lòng mới có thể tiếp tục phấn đấu, chỉ khi không kiêu ngạo mới có thể nhìn rõ con đường phía trước. Làm được hai điều vừa rồi, bạn sẽ không khó để đạt được thành công trong cuộc sống.

Chỉ cần lưu ý một chút, bạn sẽ phát hiện thấy, mỗi cá nhân thành công đều không hài lòng với hiện tại, luôn có tinh thần dũng cảm, mạnh dạn tiến về phía trước, chí tiến thủ rất lớn. Có thể nói, họ không đắc chí, kiêu ngạo trước thành công đạt được như những người bình thường, phần lớn những người đó vẫn tiếp tục cố gắng và nỗ lực.

Chí tiến thủ là yếu tố không thể thiếu để bạn thực hiện được mục tiêu, chí tiến thủ sẽ thúc đẩy bạn tiến bộ, khiến bạn được chú ý và mang tới nhiều cơ hội thành công hơn. Người không có chí tiến thủ là người không có tiền đồ.

Sự phát triển nhanh chóng của công nghệ khoa học kỹ thuật khiến nhu cầu mới ra đời và thay đổi chỉ trong giây lát, làm thế nào để tồn tại trong môi trường phát triển mạnh mẽ như vũ bão này là câu hỏi quan trọng đặt ra cho mỗi nhân viên.

Xóa bỏ mơ tưởng “một lần vất vả, suốt đời nhàn nhã”, xây dựng tinh thần không ngừng tiến lên mới là việc làm cần thực hiện, là lựa chọn sáng suốt, lựa chọn duy nhất và lựa chọn cuối cùng. Không có miếng pho-mát nào ăn mãi không hết, không có tài sản nào tiêu mãi vẫn còn, chỉ có không ngừng học tập, không ngừng tiến lên, không ngừng làm mới bản thân mới có thể đứng vững, không bị khuỵu ngã trong môi trường cạnh tranh khốc liệt.

NGUYÊN TẮC THỨ II

CẢM ĐỘNG KHÁCH HÀNG BẰNG LÒNG NHIỆT TÌNH VÀ HẾT MÌNH CỦA MỘT GIÁO SỸ TRUYỀN ĐẠO

Khi trao đổi với khách hàng về việc sử dụng sản phẩm như thế nào, bạn cần làm khách hàng cảm động bằng hứng thú cũng như lòng nhiệt tình và hết mình của giáo sỹ truyền đạo, từ đó hiểu khách hàng thích gì, không thích gì. Ngoài ra bạn cũng cần tỉnh táo để biết được sản phẩm của công ty còn có những khiếm khuyết , điểm yếu nào, khiếm khuyết nào có thể cải tiến.

1. CẢM ĐỘNG KHÁCH HÀNG BẰNG LÒNG NHIỆT TÌNH VÀ HẾT MÌNH CỦA MỘT GIÁO SỸ TRUYỀN ĐẠO

Bill Gates nói: "Một nhân viên xuất sắc cần làm khách hàng cảm động bằng cảm hứng và lòng nhiệt tình, hết mình như của giáo sỹ truyền đạo, từ đó hiểu khách hàng thích gì và không thích gì".

Phó Giám đốc điều hành Microsoft Lý Khai Phúc từng phát biểu trong một bài báo: "Chúng ta thấy nhân viên của Microsoft đều rất khát khao được tham gia một số hội nghị nội bộ mang tính toàn cầu của công ty, những hội nghị đó có sức lan tỏa và tầm ảnh hưởng khá lớn, nhất là với nhân viên mới. Xung quanh mỗi người đều có hàng nghìn hàng vạn người đang trao đổi với nhau, trên khuôn mặt họ luôn thể hiện sự háo hức, mong chờ, say mê đối với công nghệ và sự nhiệt tình đối với khách hàng xuất phát từ đáy lòng. Những hội nghị này thường kết thúc trong tiếng vỗ tay, đôi khi là nước mắt nghẹn ngào. Những cảnh tượng này sẽ khơi gợi tình cảm trong bạn, mỗi người đều tự nhiên bị cuốn vào không khí đó. Một nhân viên Microsotf nói: "Khi nói chuyện với khách hàng, nếu không có lòng nhiệt tình thì sẽ rất khó thuyết phục họ. Lòng nhiệt tình đến từ sâu thẳm đáy lòng của chúng ta. Làm việc tại Microsoft, nhiệt tình cũng quan trọng không kém gì trí thông minh".

Công ty Microsoft mở rộng thị trường nhờ vào lòng nhiệt tình, các nhân viên hòa lòng nhiệt tình vào trong dịch vụ cung cấp cho khách hàng. Cung cách phục vụ này hàm chứa lòng nhiệt tình của giáo sỹ truyền đạo, vì thế có thể cảm động khách hàng.

Lòng nhiệt tình là ánh nắng sưởi ấm lòng người

Nhiệt tình là một phẩm chất cơ bản trong đời sống tinh thần, dễ đi sâu vào lòng người, nhiệt tình thật sự có thể làm người khác cảm động.

Joe Girard là nhân viên kinh doanh nổi tiếng hàng đầu thế giới. Trong 15 năm làm việc, ông đã bán được 13 nghìn chiếc xe ô-tô, số xe bán được nhiều nhất trong năm lên đến 1.425 chiếc. Thành công của ông có lẽ chính nhờ lòng nhiệt tình đã sưởi ấm mỗi người xung quanh.

Một lần nọ, một phụ nữ trung niên bước vào phòng làm việc của ông, bà nói muốn xem xe trong cửa hàng chỉ để giết thời gian. Trong cuộc nói chuyện ngẫu hứng, bà cho Joe Girard biết, bà muốn mua một chiếc màu trắng, giống như chiếc xe của người chị họ, nhưng nhân viên kinh doanh của cửa hàng xe Ford đối diện bảo bà quay lại sau 1 giờ nữa, vì thế bà đã sang đây. Bà còn nói, chiếc xe là món quà bà muốn tặng cho bản thân mình vào ngày sinh nhật: "Năm nay tôi tròn 55 tuổi".

- "Chúc phu nhân sinh nhật vui vẻ!", Joe Girard vừa nói vừa mời bà xem xe tự nhiên, sau đó

ông ra ngoài trao đổi với nhân viên khác và quay lại nói với người phụ nữ: “Thưa phu nhân, bà thích xe màu trắng, hiện giờ phu nhân lại có thời gian, xin phép để tôi giới thiệu cho phu nhân một chút về chiếc xe nhỏ có hai cửa cũng màu trắng của hãng chúng tôi”.

Khi ông đang giới thiệu xe, người nữ thư ký bước vào, đưa ông một bó hoa hồng. Ông đã tặng ngay bó hoa đó cho người phụ nữ kèm theo lời chúc: “Chúc bà sống lâu, thưa phu nhân đáng kính!”.

Người phụ nữ vô cùng cảm động, vành mắt ngấn lệ. “Đã rất lâu rồi không có ai tặng quà sinh nhật cho tôi”, bà nói, “nhân viên kinh doanh của cửa hàng xe Ford lúc nãy chắc nhìn thấy chiếc xe cũ tôi đang đi, cho rằng tôi không đủ tiền mua xe mới nên khi tôi muốn xem xe, anh ta vội nói phải đi thu một khoản tiền, thế nên tôi mới tới đây đợi anh ta. Thực ra, tôi chỉ muốn mua một chiếc xe màu trắng mà thôi, nhưng xe của chị họ tôi mang thương hiệu Ford nên tôi cũng muốn mua một chiếc xe giống như thế. Giờ nghĩ lại, không mua xe giống chị ấy cũng được”.

Cuối cùng, bà đã quyết định mua xe ở cửa hàng của Joe Girard và thanh toán toàn bộ số tiền bằng một chi phiếu. Thực ra, từ đầu tới cuối, trong lời nói của Joe Girard không có câu văn hay từ ngữ nào khuyên bà từ bỏ ý định mua xe Ford, đổi sang mua xe Chevrolet, chỉ bởi vì người phụ nữ cảm thấy được coi trọng và cảm động trước lòng nhiệt tình của nhân viên trong cửa hàng Chevrolet nên đã chủ động từ bỏ ý định ban đầu, chuyển sang lựa chọn sản phẩm trong cửa hàng của Joe Girard.

Khi chúng ta tiếp đón khách hàng bằng lòng nhiệt tình cao, có cảm hứng với họ, nét đẹp chân thiện mỹ ẩn sâu trong lòng họ sẽ được khơi gợi một cách rất tự nhiên. Chúng ta tình nguyện chia sẻ tâm tình với người khác thường vì chúng ta cảm nhận được tấm lòng quan tâm chân thành của họ. Nhiệt tình rất quan trọng và nó có một uy lực vô cùng lớn. Nhiệt tình là tình cảm xuất phát từ sâu thẳm đáy lòng, nếu một người tràn đầy nhiệt tình, họ sẽ có sức hấp dẫn.

Cảm động tất cả mọi người bằng lòng nhiệt tình của bạn

Nhân viên kinh doanh cần luôn luôn phục vụ khách hàng một cách nhiệt tình. Nhiệt tình như ánh mặt trời có thể mang đến sức sống cho muôn vật, sưởi ấm lòng người, xóa tan sự cự tuyệt lạnh lẽo của khách hàng, khơi gợi niềm tin và thiện cảm của khách hàng. Người nhiệt tình thường có nhiều bạn, nhân viên kinh doanh nhiệt tình thường có nhiều khách hàng. Nhà kinh doanh bậc thầy thế giới Tsigra từng tổng kết: “Do quá nhiệt tình, bạn có thể mất đi một cơ hội kinh doanh nào đó, nhưng nếu không đủ nhiệt tình, bạn sẽ mất đi cả trăm cơ hội kinh doanh”.

Không có nhiệt tình sẽ không thể làm kinh doanh. Khái niệm “nhiệt tình” chỉ một trạng thái tinh thần, một kiểu tình cảm nóng bỏng đối với công việc, sự nghiệp và khách hàng. Ralph Waldo Emerson, nhà viết tiểu luận, nhà thơ, triết gia người Mỹ, người đi đầu trong phong trào tự lực cánh sinh và triết lý siêu việt đã chỉ rõ: “Thiếu nhiệt tình sẽ không thể hoàn thành bất cứ việc lớn nào”. Nhân viên kinh doanh phải đối mặt với sự giao lưu, trao đổi tinh thần giữa người mua và nhân viên kinh doanh, nhân viên kinh doanh cần làm đối phương cảm động bằng lòng nhiệt tình của mình. Nhiệt tình có nghĩa là đối xử tốt, thân thiện, quan tâm, tôn trọng, chân thành, hữu nghị, hiểu và giúp đỡ lẫn nhau, luôn tràn đầy sức sống, mỉm cười rạng rỡ... Tất cả những biểu hiện trên đều là nhân tố có thể chiếm được cảm tình của khách hàng. Nhiệt tình có thể làm khách hàng cảm động, sức sống, sự chân thành, sự tự tin toát ra từ lòng nhiệt tình có thể làm khách hàng lay động, khơi gợi tiếng nói chung của khách hàng.

Napoleon Hill nói: “Có rất nhiều nhân tố để 1 người đạt đến thành công, nhưng nhiệt tình luôn xếp ở vị trí hàng đầu. Không có lòng nhiệt tình, dù có khả năng thì bạn cũng không thể phát huy được”.

Tại tòa nhà bách hóa Vương Phủ Tỉnh, Bắc Kinh, Trương Hòa Quý nổi tiếng nhờ cung cách phục vụ nhiệt tình. Một lần, một lãnh đạo cấp trên thị sát tình hình, ông đến trước quầy hàng của Trương Hòa Quý, cô đã chủ động hỏi: “Xin hỏi, ông cần gì ạ?”. Vị lãnh đạo tỏ vẻ không vui chút nào, trả lời: “Tôi cần rất nhiều thứ, cô có thể đáp ứng được hết không?”. Trương Hòa Quý vẫn tiếp

tục hỏi với khuôn mặt rạng rỡ, nụ cười luôn tươi trên môi: "Xin hỏi, ông cần mua gì ạ?". Vị lãnh đạo vẫn tiếp tục trả lời với vẻ mặt cực kỳ khó chịu: "Tôi không mua đồ, chỉ muốn xem một chút, được không?".

Trương Hòa Quý đột nhiên cảm thấy sơ suất của mình, liền thay đổi cách hỏi: "Xin hỏi, ông muốn xem gì ạ?". Vị lãnh đạo mỉm cười hài lòng.

Nhiệt tình có sức lan tỏa rất lớn, nó có thể cảm hóa đồng nghiệp, lãnh đạo cũng như khách hàng xung quanh, thậm chí có thể làm lay động bất kỳ ai bên cạnh bạn. Nữ doanh nhân thành công nhất nước Mỹ Mary Kay khởi nghiệp từ một nhân viên bán hàng. Lòng nhiệt tình đưa bà đến thành công, lòng nhiệt tình của bà đã trở thành câu chuyện truyền kỳ thường được mọi người kể say sưa.

Chỉ những ai đã gặp Mary Kay mới có thể hiểu rõ sức mạnh do lòng nhiệt tình của bà tạo ra lớn đến mức nào. Đứng trước bà, bạn sẽ cảm thấy ngay một bầu nhiệt huyết đang dâng trào.

Là một trạng thái tinh thần, nhiệt tình có thể lay động mọi người, nếu bạn luôn xuất hiện trước khách hàng bằng một trạng thái tinh thần tốt nhất, khách hàng của bạn nhất định cũng cảm thấy được động viên, khích lệ rất nhiều. Chính lòng nhiệt tình có thể làm khách hàng cảm động.

2. ĐỨNG TRÊN LẬP TRƯỜNG CỦA KHÁCH HÀNG, NGHĨ THAY KHÁCH HÀNG

Bill Gates cho rằng, đứng trên lập trường của khách hàng, luôn nghĩ thay khách hàng là mục tiêu hành động của Microsoft. Mỗi nhân viên đều nên phấn đấu vì mục tiêu này.

Đứng trên lập trường của khách hàng, nghĩ cho khách hàng, trước hết cần giả sử mình là khách hàng.Giả sử bản thân là khách hàng, bạn muốn mua sản phẩm như thế nào và hưởng dịch vụ ra sao? Bạn thật sự muốn gì? Bạn sẽ yêu cầu dịch vụ hậu mãi ra sao? Những câu hỏi tương tự như vậy sẽ giúp bạn nhìn nhận vấn đề một cách khách quan hơn, giống như đứng trên lập trường của khách hàng.

Nghĩ cho khách hàng một cách công tâm, trước tiên cần có lòng tin đối với sản phẩm của chính mình, hơn nữa cần biết người khách hàng đối diện với bạn có cần mua sản phẩm này hay không. Không nên thuyết phục một người không hút thuốc mua gạt tàn, bởi vì anh ấy không cần nó.

Mỗi khi tiết học kinh doanh bắt đầu, giáo viên thường nói: Nhân viên có thể bán tủ lạnh cho người Eskimo không phải là một nhân viên bán hàng giỏi. Bởi vì người Eskimo sau khi phát hiện mình bị lừa sẽ không muốn gặp lại người bán hàng đó nữa, anh ta cũng không muốn quay lại đó mua thêm bất cứ sản phẩm gì. Vì nếu làm như vậy có nghĩa là bạn chỉ nghĩ đến lợi ích của bản thân mà không đứng trên lập trường của khách hàng để nghĩ cho họ.

Tự mình đứng trên lập trường của khách hàng sẽ rất dễ nắm bắt điều quan trọng trong kỹ thuật bán hàng. Trên thực tế, vẫn còn một khoảng cách rất lớn giữa thái độ mong chờ của phần đông nhân viên bán hàng đối với khách hàng và việc chúng ta tự yêu cầu bản thân đứng vào vị trí của khách hàng, nghĩ thay cho khách hàng. Thái độ điển hình thường gặp nhất của chúng ta là: "Chúng ta thường không hứng thú tìm hiểu tại sao khách hàng mua những sản phẩm và hưởng dịch vụ đó. Quan trọng là, khách hàng mua sản phẩm và lựa chọn dịch vụ, chúng ta sẽ kiếm được tiền".

Với tâm lý suy nghĩ như vậy, liệu có thể xây dựng được mạng lưới khách hàng lâu năm, trung thành với sản phẩm của bạn hay không? Câu trả lời rõ ràng là không thể.

Muốn chiếm trọn niềm tin của khách hàng, mấu chốt là cần phải khiến khách hàng cảm nhận được thái độ phục vụ tốt của bạn, liệu bạn đã luôn luôn nghĩ cho khách hàng hay chưa, liệu bạn đã nhìn nhận vấn đề từ góc độ của khách hàng hay chưa, liệu bạn có giúp khách hàng giải quyết vấn đề rắc rối hay không? Trong quá trình trao đổi với khách hàng, bạn cần đặc biệt chú ý, luôn đặt mình vào vị trí của khách hàng và nghĩ thay cho họ, khi đưa ra bất cứ ý kiến hay kiến nghị nào cho khách hàng, cần nói để họ hiểu làm như vậy chỉ tốt cho họ mà thôi.

Một văn phòng điện lực muốn làm một màn hình lớn rộng 10 m^2 nên đã tìm đến một công ty điện khí đặt hàng. Sau khi tiến hành đo đạc, nhân viên bán hàng nói với họ rằng: "Làm màn hình rộng 10 m^2 không hợp lý lắm, chỉ nên làm màn hình rộng 8 m^2 mà thôi, nếu không thì hiệu quả sẽ không cao". Người khác đều nói nhân viên bán hàng này quá ngốc nghếch, khách hàng muốn làm to một chút chẳng phải càng tốt hay sao? Màn hình càng to càng thu được nhiều tiền. Nhưng nhân viên bán hàng đó lại nghĩ: "Nếu tôi không nói "không", mà răm rắp làm theo yêu cầu của họ, chế tạo một màn hình 10 m^2, nếu sau khi lắp đặt, họ cảm thấy không vừa ý, tôi chỉ cần trả lời rằng: "Chẳng phải ban đầu chính ông yêu cầu làm màn hình 10 m^2 sao?", và mọi việc có thể dừng lại ở đó. Nhưng nếu tôi làm vậy chỉ để thoát thân, thì dù họ không nói ra ngoài miệng, chắc chắn trong lòng sẽ cảm thấy bị lừa gạt, bởi rõ ràng tôi là người trong nghề, hiểu rõ kích cỡ phù hợp ra sao, tôi nên đứng trên lập trường của họ, đưa ra cho họ những kiến nghị hợp lý".

Nghĩ thay cho khách hàng còn cần phải đứng từ lợi ích của khách hàng để xem xét vấn đề. Không nên vì lợi ích bản thân mà mang đến cho khách hàng bất cứ phiền toái nào. Bạn cần phải khiến khách hàng mỗi khi tiêu thêm một đồng tiền thì đều cảm thấy giá trị của một đồng tiền thêm vào đó.

Công ty Wall Mark của Mỹ là doanh nghiệp bán lẻ lớn nhất thế giới. Khi công ty Wall Mark sở hữu tài sản trị giá hơn 50 tỷ đô la Mỹ, đội ngũ bán hàng do ông chủ Sam Walton dẫn đầu vẫn cực kỳ tiết kiệm, có khi 8 người sống chung trong một gian phòng.

Nhằm vào việc này, từng có người đặt câu hỏi với ông Sam Walton: "Công ty lớn như vậy, tại sao vẫn phải tính toán cẩn thận và chi tiết đến thế?".

Ông Sam Walton cho biết: "Đáp án rất đơn giản, chúng tôi có nghĩa vụ nghĩ vì khách hàng, chúng tôi coi trọng giá trị của từng đồng đô la. Chúng tôi tồn tại là để mang đến cho khách hàng những giá trị khác nhau, điều đó có nghĩa là ngoài việc cung cấp dịch vụ ưu việt ra, chúng tôi còn phải tiết kiệm tiền cho họ. Nếu do thiếu suy nghĩ, công ty Wall Mark tiêu tốn lãng phí 1 đồng đô la Mỹ, thì đồng đô la đó đều được lấy từ túi tiền của khách hàng chúng tôi. Mỗi khi chúng tôi tiết kiệm cho khách hàng 1 đô la Mỹ, điều đó sẽ khiến bản thân chúng tôi vượt lên một bước trong cuộc cạnh tranh với các đối thủ khác. Chúng tôi dự định sẽ mãi tuân theo nguyên tắc này".

Tiết kiệm cho khách hàng 1 đô la Mỹ, cũng có nghĩa sẽ giảm 1 đô la Mỹ giá hàng bán ra và tiến trước một bước so với đối thủ trong cuộc cạnh tranh.

Đứng trên lập trường của khách hàng, đặt mình vào hoàn cảnh và nghĩ cho khách hàng, những gì khách hàng không nghĩ tới thì chúng ta nghĩ thay, làm thay cho họ. Những gì khách hàng cho rằng chúng ta không thể làm được, chúng ta lại làm được. Khách hàng cho rằng đã rất tốt rồi, chúng ta càng cần làm tốt hơn.

Đặt mình vào vị trí của khách hàng và nghĩ cho họ có nghĩa là bạn suy nghĩ, nhìn nhận vấn đề từ góc độ của khách hàng, hiểu quan điểm của khách hàng, biết khách hàng cần gì nhất và không cần gì nhất, chỉ như vậy mới có thể mang đến cho khách hàng dịch vụ chất lượng "vàng".

3. DỊCH VỤ HOÀN THIỆN NHẤT MỚI ĐEM TỚI KẾT QUẢ HOÀN MỸ NHẤT

Bí quyết đưa tới thành công của một doanh nghiệp là chất lượng dịch vụ. Bill Gates nói: “Sứ mệnh của Microsoft là mang đến cho toàn thế giới dịch vụ tốt nhất”. Ông hiểu rất rõ rằng, chỉ khi nào một doanh nghiệp làm tốt các dịch vụ thì lúc đó mới có thể kiếm tiền.

Cuộc cạnh tranh hiện nay giữa các doanh nghiệp có thể nói là cạnh tranh về dịch vụ. Cung cách phục vụ của doanh nghiệp nào tốt hơn, doanh nghiệp đó sẽ chiến thắng.

Trong rất nhiều ngành nghề, khách hàng có thể mua được sản phẩm tương tự tại bất kỳ cửa hàng, công ty hoặc nhà máy nào đó. Nếu như cùng một giá cả thì yếu tố duy nhất dẫn tới quyết định mua sản phẩm ở đâu của khách hàng sẽ là chất lượng dịch vụ.

Tuy nhiên, rất nhiều nhân viên thường xuyên làm việc với khách hàng lại không ý thức được rằng, lý do duy nhất khách hàng chọn mua sản phẩm hoặc dịch vụ của họ chính là chế độ đãi ngộ mà khách hàng được hưởng. Có thể nói không khoa trương rằng, sở dĩ nhiều công ty có thể sinh tồn và trụ vững được không phải là nhờ quyết sách của chủ tịch đứng đầu hay nhà quản lý mà là nhờ hành vi của nhân viên tiếp tân, nhân viên bán hàng, nhân viên đưa hàng cũng như nhân viên phục vụ. Nếu khách hàng có muôn vàn sự lựa chọn, tại sao phải chịu sự lạnh nhạt, thô lỗ khi nhà cung cấp đâu chỉ có một. Trong trường hợp này, lựa chọn của khách hàng sẽ là “dịch vụ tốt nhất”.

Viện trưởng đầu tiên của Viện nghiên cứu châu Á Microsoft Trương Á Cần nói: “Trong lĩnh vực công nghệ thông tin, hiện nay chúng tôi có rất nhiều đối thủ cạnh tranh, như SUN, ORCLE, LINUX, AOL, v.v... Đối với chúng tôi, việc quan trọng nhất để giữ vững, duy trì vị thế cạnh tranh vững mạnh trong tương lai là sở hữu công nghệ tiên tiến nhất, mang đến cho khách hàng dịch vụ tốt nhất, giá trị lớn nhất”.

Dù sản phẩm tốt đến đâu, nếu dịch vụ không hoàn thiện, khách hàng không thể thực sự hài lòng. Thậm chí khi dịch vụ xuất hiện khiếm khuyết, dẫn tới khách hàng không hài lòng, từ đó đánh mất danh tiếng vốn có của sản phẩm. Thế nên, nhìn từ một góc độ nào đó, dịch vụ hoàn thiện còn quan trọng hơn sản xuất và tiêu thụ.

“Quả ngọt” thu được sau sự phục vụ nhiệt tình.

Khách hàng là thượng đế, dịch vụ là cốt lõi đã trở thành phương hướng phát triển chung của ngày càng nhiều doanh nghiệp. Do đó, mỗi nhân viên đều cần trang bị ý thức phục vụ rõ ràng, coi việc “mang đến cho khách hàng dịch vụ tốt hơn” là tiêu chuẩn thăng tiến trong giá trị công việc của bản thân, cảm nhận đầy đủ cảm giác của các giác quan, nâng cao ý thức phục vụ của bản thân, đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

Một buổi chiều mưa, một bà lão bước vào cửa hàng bách hóa, bà đi dạo khắp cửa hàng, không có một mục đích gì, rất dễ nhận ra là bà không có dự định mua hàng. Lúc đó cũng gần hết giờ làm việc, phần đông nhân viên bán hàng đều chỉ nhìn lướt qua rồi ai bận việc người nấy, đều lo kiểm lại hàng, không để ý gì đến bà lão, thậm chí còn sợ bà làm lỡ thời gian dọn hàng của mình.

Trong đó, một nữ nhân viên bán hàng trẻ không giống những người khác. Kể từ ngày vào công ty, cô luôn phục vụ khách hàng một cách nhiệt tình, mỗi khi nhìn thấy khách hàng thì đều mỉm cười thân thiện; khi khách hàng cần giúp đỡ, cô cũng chủ động tiến lên phía trước; cho dù khách hàng yêu cầu thử hàng hết lần này đến lần khác, cô vẫn phục vụ họ chu đáo mà không cáu gắt hay nổi giận.

Khi nhìn thấy bà lão, cô liền chủ động tiến lên phía trước cất lời chào và hỏi bà có cần phục vụ gì không. Bà lão nói, bà chỉ vào cửa hàng để tránh mưa, không có ý định mua hàng. Mặc dù người nữ nhân viên bán hàng đó cũng rất vội dọn hàng nhưng cô vẫn khẳng định với bà lão rằng, cho dù bà không có ý định mua hàng, bà vẫn được hoan nghênh ở đây. Ngoài ra cô còn chủ động bắt chuyện với bà. Khi bà lão rời khỏi cửa hàng, người nhân viên nữ còn tiễn bà ra phố, mở ô cho bà và bà lão đã xin cô một tấm danh thiếp trước khi lên xe ra về.

Sau đó, một ngày kia, người nữ nhân viên đột nhiên được gọi đến văn phòng Giám đốc, Giám đốc đưa cho cô một phong thư, đó là thư do bà lão gửi đến, bà lão đặc biệt chỉ định cử người nữ nhân viên này đến Scotland, đại diện công ty tiếp quản công việc trang trí một tòa biệt thự sang trọng.

Hóa ra, bà lão chính là mẹ của Vua thép Andrew Carnegie, bà giao công việc giao dịch với số vốn khổng lồ cho người nhân viên nữ này khiến cô có được cơ hội thăng tiến tuyệt vời ngoài sức tưởng tượng.

Làm khách hàng cảm động bằng lòng chân thành, phục vụ khách hàng bằng hành động thực tế, cung cấp cho khách hàng dịch vụ nhiệt tình, chu đáo và ưu việt, tin chắc rằng không bao lâu sau bạn sẽ nhận được sự báo đáp.

Chiếm được lòng tin, lòng trung thành của khách hàng bằng dịch vụ tốt nhất

Bill Gates cho rằng: Từ ý nghĩa của việc cạnh tranh, làm khách hàng hài lòng, giành được lòng trung thành của khách hàng là tiền đề cơ sở để doanh nghiệp đón nhận thử thách và tiến lên giành chiến thắng.

Cạnh tranh trên thị trường hiện nay ngày càng quyết liệt, sự khác biệt giữa các dòng sản phẩm ngày càng nhỏ, cạnh tranh về giá cả cũng đã đi đến hồi kết thúc. Vậy làm thế nào để bứt phá, trở thành người dẫn đầu các đối thủ cạnh tranh, khiến khách hàng luôn trung thành với sản phẩm của công ty mình? Điều này được quyết định bởi chất lượng phục vụ của nhân viên. Dịch vụ tốt, cung cách phục vụ tốt mới có thể làm hài lòng khách hàng, giành được lòng trung thành của họ.

Có một vị giám đốc mỗi ngày đi làm đều lái xe qua 3 trạm xăng, mặc dù giá xăng ở ba nơi đều như nhau, đều có siêu thị nhỏ và dịch vụ rửa xe, nhưng từ trước đến nay, ông luôn chỉ chọn một trong số ba trạm xăng đó, bởi vì nhân viên ở trạm xăng đó luôn nhiệt tình chào hỏi ông. Vị giám đốc nói: “Dường như mỗi việc họ làm cho bạn đều là do họ thích làm. Tình cảm ấy sẽ lan truyền sang bạn, khiến bạn cảm thấy vui vẻ”.

Mang đến cho khách hàng dịch vụ tốt hơn, đặt tiêu chuẩn dịch vụ cao hơn so với đối thủ cạnh tranh sẽ có lợi cho việc khuyến khích lòng trung thành của khách hàng. Đây là động lực chính thúc đẩy thành tích kinh doanh của doanh nghiệp. Người nhân viên có thể mang đến cho khách hàng dịch vụ ưu việt sẽ giành được tín nhiệm, danh dự cho công ty, họ là hình ảnh đại diện của công ty và cũng là người quyết định sự thành bại của công ty. Nhìn bề ngoài, doanh nghiệp là nơi tiêu thụ sản phẩm nhưng trên thực tế, đó là nơi kinh doanh các kiểu dịch vụ. Khách hàng của chúng ta đặc biệt xem trọng dịch vụ phong phú của các công ty.

Vậy làm thế nào để xây dựng lòng trung thành của khách hàng? Đáp án chính là thông qua việc tìm hiểu khách hàng để hiểu họ thích gì, không thích gì. Trên cơ sở hiểu khách hàng có hài lòng với dịch vụ của mình hay không và căn cứ ý kiến của khách hàng để tiến hành thay đổi, cải tiến sản phẩm và nâng cao dịch vụ của công ty bất cứ lúc nào.

Một chàng trai làm nghề cắt cỏ gọi điện cho bà Trần và hỏi: “Bà có cần người cắt cỏ không ạ?”. Bà Trần trả lời: “Tôi không cần, nhà tôi đã có thợ cắt cỏ riêng rồi”. Chàng thanh niên lại hỏi: “Cháu sẽ giúp bà nhổ hết cỏ dại trong các luống hoa”. Bà Trần trả lời: “Thợ cắt cỏ của tôi cũng làm vậy”. Chàng thanh niên lại hỏi tiếp: “Cháu sẽ giúp bà cắt cỏ đúng bằng mặt đường đi”. Bà Trần lại trả lời: “Người mà tôi thuê cắt cỏ cũng làm như vậy, cám ơn cháu! Tôi không cần thợ cắt cỏ mới”. Chàng thanh niên bèn gác điện thoại, lúc này bạn cùng phòng của chàng trai mới lên tiếng hỏi: “Chẳng phải bạn chính là thợ cắt cỏ của bà Trần hay sao? Tại sao bạn còn phải gọi cuộc điện thoại này?”. Chàng trai trả lời dứt khoát: “Mình luôn muốn biết mình làm đã đủ tốt hay chưa”.

Chỉ khi không ngừng tìm hiểu đánh giá, nhận xét của khách hàng bạn mới có thể biết ưu nhược điểm của mình, mới có thể biết những gì mình làm liệu đã đủ chiếm được lòng trung thành của khách hàng hay chưa.

Chúng ta cần không ngừng nhắc nhở bản thân, hài lòng là yêu cầu cơ bản nhất của khách hàng. Nhưng đối với chúng ta, chỉ hài lòng thôi vẫn chưa đủ, xây dựng, củng cố lòng trung thành của khách hàng mới là mục tiêu theo đuổi cao nhất. Dịch vụ là một kiểu thái độ, cần phải nhiệt tình. Dịch vụ là một loại cảm giác, cần phải chân thành. Chúng ta cần dốc sức đáp ứng nhu cầu của khách hàng cho đến khi họ vừa ý mới thôi. Chúng ta cần thỏa mãn nhu cầu của khách hàng cho đến khi họ cảm động mới thôi.

Trung thành cần sự đồng điệu từ hai bên. Muốn chiếm được lòng trung thành của khách hàng, trước tiên chúng ta cần trung thành với khách hàng. Ngược lại, muốn khách hàng trung thành với mình, trước tiên chúng cần tấn công "trái tim" khách hàng, làm khách hàng cảm động bởi tấm lòng cũng như hành động chân thành nhất. Dịch vụ cảm động khách hàng được xây dựng trên cơ sở dịch vụ làm hài lòng khách hàng.

Khách hàng trung thành thường xuyên mua sản phẩm của bạn hoặc sử dụng dịch vụ của bạn, khách hàng trung thành luôn vui vẻ giới thiệu với người khác về sản phẩm, dịch vụ của bạn. Họ chính là một kênh quảng cáo, sẽ giúp bạn quảng cáo danh tiếng ở khắp nơi, thông qua quảng cáo truyền miệng của họ, một truyền mười, mười truyền một trăm, doanh nghiệp có thể tăng thêm nhiều khách hàng mới. Họ có thể là hình ảnh đại diện tuyệt vời nhất cho sản phẩm của công ty, vì thế chúng ta không nên coi thường luồng sức mạnh này, xây dựng quảng cáo bằng miệng chính là cột trụ vững chắc nhất khiến sản phẩm không rơi vào lãng quên.

Chỉ có thể dùng dịch vụ tận tâm, chân tình mới mong giành được tình cảm cũng như lòng trung thành của khách hàng đối với sản phẩm. Đặt mình vào hoàn cảnh của người khác, cảm nhận tình cảm bằng trái tim, chỉ khi đối xử với khách hàng chân tình, phục vụ khách hàng một cách chân thành mới mong chiếm được lòng trung thành của khách hàng. Ngoài ra còn cần chú ý suy nghĩ bằng nhiều góc độ, thường xuyên tự đóng vai khách hàng, đứng vào vị trí của khách hàng để đích thân cảm nhận dịch vụ vốn tự cho là khá tốt, từ đó mới có thể cải tiến dịch vụ tốt hơn.

80 % lợi nhuận của Microsoft đến từ dịch vụ hậu mãi

Bill Gates từng nói: "80% lợi nhuận của Microsoft đến từ các dịch vụ hậu mãi như nâng cấp, duy tu, tư vấn v.v... chỉ có 20% lợi nhuận đến từ việc bán hàng".

Trong cuộc cạnh tranh giữa các doanh nghiệp ngày nay, dịch vụ hậu mãi là một nội dung quan trọng không thể bỏ qua. Thông thường đối với sản phẩm có chất lượng, giá cả tương đương nhau, doanh nghiệp nào mang lại dịch vụ tốt hơn cho người tiêu dùng, doanh nghiệp đó sẽ bán hàng nhanh nhất, nhiều nhất, người đó có thể chiếm lĩnh thị trường.

Đối với dịch vụ hậu mãi, từ trước đến nay tồn tại hai luồng ý kiến và cách nhìn nhận khác nhau. Một số người cho rằng dịch vụ hậu mãi liên quan đến sự tồn vong của doanh nghiệp, vì thế luôn tìm mọi cách làm tốt các dịch vụ hậu mãi, từ đó có bảng danh sách khách hàng quen, công việc kinh doanh ngày càng hưng thịnh, phát đạt. Nhưng cũng có một số người cho rằng, một khi sản phẩm đã được bán ra, đã mang về lợi nhuận tài sản cho doanh nghiệp, nay lại cung cấp dịch vụ hậu mãi chẳng phải tự vác thêm gánh nặng không cần có hay sao, hơn nữa còn lãng phí nhân lực và tiền bạc, vì thế luôn giơ cao khẩu hiệu "xem kỹ hàng, không đổi lại". Thậm chí nhiều người còn nghĩ ra sáng kiến, khuếch trương quảng cáo, đưa sản phẩm không đủ tiêu chuẩn ra tiêu thụ trên thị trường, khi vấp phải phản ứng kịch liệt của khách hàng liền đổ lỗi cho người khác hoặc không buồn quan tâm đến.

IBM là công ty đầu tiên đưa ra tư tưởng "tiêu thụ và dịch vụ là hai bộ phận không thể tách rời trong công tác kinh doanh". Chính nhờ sách lược dịch vụ bền bỉ không thể phá vỡ đã mang đến lợi ích cũng như ưu thế thành công cho IBM.

Một lần, cựu Giám đốc điều hành IBM Thomas Watson tham dự hội nghị do Ban giám đốc triệu tập, mục đích chính của hội nghị là tìm hiểu vấn đề của khách hàng, trên bàn hội nghị đặt hàng chục tập tài liệu báo cáo về các vấn đề như sản xuất chế tạo, công nghệ v.v... Khi buổi thảo luận đã đi đến hồi kết thúc, Thomas Watson cao to lừng lững bước lên trước phòng hội nghị, hất

tay khiến đống tài liệu báo cáo trên bàn bay tứ tung khắp phòng. Ông nói: "Thực tế những vấn đề này không có gì đáng phải phân loại, chỉ tồn tại một vấn đề duy nhất, đó là chúng ta chưa đủ quyết tâm đối với dịch vụ khách hàng". Sau đó ông quay người bỏ đi. Hai mươi giám đốc trong phòng sững người, băn khoăn không biết bản thân mình liệu có giữ được vị trí hiện thời hay không.

Từ đó về sau, IBM chọn dùng nhân viên nghiệp vụ có thành tích xuất sắc đảm nhiệm trợ lý quản lý trong vòng 3 năm. Trong thời gian đúng 3 năm đó, họ chỉ phụ trách một công việc duy nhất, đó là phải giải quyết bất kỳ khiếu nại hoặc câu hỏi khó nào của khách hàng trong vòng 24 giờ.

Dịch vụ hậu mãi ưu việt không chỉ là thước đo trình độ quản lý kinh doanh và trình độ đạo đức nghề nghiệp của doanh nghiệp mà còn có thể góp phần nâng cao danh tiếng sản phẩm của công ty trong lòng khách hàng, chiếm được cảm tình, lòng tin và lòng trung thành của khách hàng, khiến sản phẩm bán chạy, từ đó mang lại hiệu quả kinh tế khả quan. Rất nhiều ví dụ của các doanh nghiệp thành công đều đã chứng minh nhận định này, Microsoft của Mỹ, công ty Panasonic hay Toyota của Nhật, tập đoàn Haier Thanh Đảo Trung Quốc đều là những ví dụ sống hùng hồn đầy sức thuyết phục. Các doanh nghiệp thành công này đều có dịch vụ bán hàng hậu mãi rất tốt.

Tiêu thụ là một vòng tuần hoàn không bao giờ chấm dứt, bánh xe làm chuyển động vòng tuần hoàn này chính là dịch vụ hậu mãi, vì thế nếu bỏ qua, lơ là dịch vụ hậu mãi thì không khác gì tháo bỏ bánh xe của vòng tuần hoàn. Trong khi đó, sự nghiệp của bạn lại đến từ vòng tuần hoàn này, thành tích kinh doanh của bạn cũng đến từ vòng tuần hoàn này, cuộc đời kinh doanh của bạn cũng đến từ vòng tuần hoàn này.

Làm tốt dịch vụ hậu mãi là cơ sở để nghiệp vụ chuyên môn của một nhân viên kinh doanh phát triển bền vững, mà điều quan trọng để làm tốt dịch vụ hậu mãi chính là không ngừng thăm hỏi khách hàng quen. Bởi vì, nếu nhân viên bán hàng sau khi bán ra sản phẩm không một lần xuất hiện trở lại, không đến thăm hỏi khách hàng cũ, anh ta sao có thể biết nhu cầu, phản ứng của khách hàng cũng như khiếm khuyết của sản phẩm; sao có thể làm tốt công tác dịch vụ hậu mãi? Lẽ nào việc gì cũng cần khách hàng gọi điện đến tìm, hay cứ ngồi nhà chờ anh ta tìm? Nếu thật sự như vậy, rất có khả năng khách hàng sẽ mất đi lòng kiên nhẫn cũng như niềm tin đối với nhân viên bán hàng, thậm chí từ đó không chọn mua sản phẩm của anh ta nữa. Vì vậy, khách hàng sẽ nghi ngờ chất lượng sản phẩm do nhân viên bán hàng bán ra, thậm chí nghi ngờ phẩm chất của anh ta.

Nghiêm túc, làm tốt công tác dịch vụ hậu mãi và đưa vào dịch vụ toàn phần gồm trước, trong và sau bán hàng cũng như dịch vụ toàn diện có sự tham gia của tất cả nhân viên trong công ty mới có thể nhận được sự khẳng định và đánh giá tốt của khách hàng.

Dịch vụ hoàn thiện nhất mới mang đến kết quả hoàn mỹ nhất, đây là cách duy nhất để một nhân viên kinh doanh bán hàng thành công trong sự nghiệp.

LUÔN ĐÀO SÂU SUY NGHĨ ĐỂ SẢN PHẨM GẦN GŨI HƠN VỚI KHÁCH HÀNG

au khi hiểu được nhu cầu khách hàng, bạn cần phải đào sâu suy nghĩ xem làm thế nào để sản phẩm gần gũi hơn với khách hàng và giúp đỡ khách hàng nhiều hơn. Ví dụ, bạn làm việc trong ngành thiết kế phần mềm, có khả năng bạn sẽ suy nghĩ: Chúng ta phải làm gì mới có thể khiến khách hàng có hứng thú khi sử dụng sản phẩm trong quá trình làm việc? Sản phẩm như thế nào khiến người sử dụng có thể vừa học vừa chơi, "làm cho việc học trở nên hấp dẫn và thú vị hơn? Sản phẩm như thế nào mới khiến người nội trợ trong gia định cảm thấy hấp dẫn?"

Ba câu hỏi trên có mối liên hệ mật thiết với nhau. Thành công đến từ sự hiểu biết cũng như sự quan tâm của bạn đối với sản phẩm, công nghệ và nhu cầu của khách hàng.

Bill Gates thường nói: "Khách hàng cần sản phẩm như thế nào, chúng ta sẽ cung cấp cho họ sản phẩm như thế đó". Bill Gates nói như vậy và Microsoft đã làm đúng như thế.

Trước mỗi lần ra mắt sản phẩm mới, Microsoft đều đầu tư rất nhiều thời gian và tiền bạc vào việc tìm hiểu nhu cầu của khách hàng, lấy đó làm cơ sở để nghiên cứu, chế tạo sản phẩm. Vụ việc Bộ tư pháp Mỹ khởi tố Microsoft với tội danh lũng đoạn thị trường dường như không được mấy ai biết đến, nhưng những người mong muốn đưa ra phán quyết chia công ty Microsoft làm hai lại chưa bao giờ thực sự hiểu tận gốc lý do công ty Microsoft có thể bá chủ thị trường. Trên thực tế, người của Microsoft đều "rõ như lòng bàn tay" về nhu cầu cũng như ý nghĩ của người sử dụng máy tính, chính vì công ty Microsoft đi trước đón đầu nhu cầu của mọi người và vươn lên chiếm lĩnh thị trường nhanh chóng bằng cách làm nhanh gọn nên đã đạt được thị phần siêu lớn như vậy. Nếu đối thủ cạnh tranh không học tập Microsoft đặc điểm này mà chỉ hy vọng thông qua sự can thiệp của pháp luật để ngăn chặn sự mở rộng của Microsoft thì kết quả chỉ khiến họ thất vọng mà thôi.

Sự thành công của Microsoft chính là kết quả của sự thấu hiểu và biết cách đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

Không nên "nhắm mắt làm liều"

Giám đốc một công ty nói với nhân viên của anh rằng: "Khách hàng rất không hài lòng về giáo trình đào tạo đa phương tiện do công ty chúng ta khai thác, cho rằng sản phẩm của chúng ta không liên quan đến những gì họ cần, tôi luôn quan tâm sát sao vấn đề này".

Nhân viên của anh trả lời: "Sản phẩm của chúng ta chất lượng tốt, giá rẻ, anh còn gì phải lo?".

Vị giám đốc nói: "Sản phẩm có chất lượng tốt, giá rẻ thì có tác dụng gì? Quan trọng là sản phẩm chúng ta tạo ra lại không phải là sản phẩm mà khách hàng thực sự mong muốn được sở hữu. Theo tôi thấy, nguyên nhân là do chúng ta không tìm hiểu nhu cầu thật sự của khách hàng, không trao đổi giao lưu với họ định kỳ và thường xuyên. Chúng ta đã "nhắm mắt làm liều". Sản phẩm của chúng ta hiện nay không bán được một chiếc nào, lần này chúng ta sẽ lỗ to".

Trong các công ty ngày nay, một số nhân viên không lắng nghe ý kiến của khách hàng, không trao đổi với khách hàng, cũng không tìm hiểu nhu cầu của khách hàng. Họ chỉ dựa vào cảm giác

của bản thân để thiết kế và chế tạo sản phẩm.

Những người đó đã tự cách ly mình và khách hàng, họ xa rời thực tế, rốt cuộc khách hàng cần gì, nhu cầu của khách hàng có thay đổi ra sao, họ đều không hay biết. Kết quả, sản phẩm làm ra không được ai quan tâm hay hỏi mua, sản phẩm chất đống trong kho, cuối cùng đành phải hạ giá thành sản phẩm hoặc tiến hành tiêu hủy, khiến công ty bị thiệt hài nặng nề, thậm chí dẫn đến phá sản.

Mù quáng chế tạo sản phẩm mà không hiểu nhu cầu của khách hàng thì sẽ rất khó được khách hàng chấp nhận. Công ty DuPont Mỹ từng khai thác, sản xuất một loại vật liệu có thể thay thế da thật và cho rằng vật liệu này còn có nhiều tính năng ưu việt hơn cả da tự nhiên, nhưng kết quả tiêu thụ trên thị trường hoàn toàn ngược lại, mọi người vẫn thích da tự nhiên hơn. Dự án này cuối cùng đã khiến DuPont thiệt hại một số vốn rất lớn.

Theo thống kê, 80% các dự án thất bại đều là do không điều tra rõ nhu cầu của dự án, trong khi đó lý do chính khiến chúng ta không kịp cảm nhận sự thay đổi thường xuyên của nhu cầu khách hàng là vì chúng ta không đứng từ góc độ của khách hàng để phân tích và khai thác nhu cầu.

Giống như Phó Giám đốc điều hành toàn cầu Microsoft Trần Vĩnh Chính từng nói: “Bất kỳ doanh nghiệp phần mềm nào, chỉ khi không ngừng đáp ứng nhu cầu của khách hàng thì mới có thể thực hiện mục tiêu phát triển bền vững”.

Một dự án thành công cần giải quyết tốt hai vấn đề lần lượt là: “Chúng ta có thể giúp khách hàng giải quyết vấn đề gì? Chúng ta có thể mang đến giá trị gì cho khách hàng?”. Chỉ khi nào hiểu được những vấn đề cốt lõi như sản phẩm khách hàng thật sự cần là gì, tại sao khách hàng cần sản phẩm của chúng ta, v.v... thì chúng ta mới có thể xác định đúng rằng sản phẩm thế nào sẽ khiến khách hàng hài lòng, từ đó mới xác định và xây dựng mục tiêu dự án.

Chỉ khi nào trả lời được câu hỏi: “Chúng ta có thể giúp khách hàng giải quyết vấn đề gì” thì chúng ta mới có thể làm tốt hơn công tác phân tích nhu cầu khách hàng, làm tốt hơn công việc quản lý dự án. Một trong những nguyên nhân chính khiến chúng ta không làm tốt công việc phân tích thị trường là do không đứng trên lập trường và góc nhìn của khách hàng để xem xét vấn đề. Rất nhiều khách hàng không thể nói rõ, thậm chí không thể hình dung ra sản phẩm bản thân mình muốn, thực tế này đòi hỏi chúng ta phải đứng từ góc nhìn của họ để suy nghĩ và xem xét, chỉ có như vậy bạn mới có thể thấu hiểu tâm tư khách hàng, biết họ thực sự cần gì, họ muốn sản phẩm được thiết kế ra sao, sản phẩm như thế nào sẽ đem đến hiệu quả và lợi ích cho người tiêu dùng, được người tiêu dùng đón nhận.

Khách hàng, người tiêu dùng hiện nay đều rất thực tế, họ chỉ mua sản phẩm mình cần, đối với những sản phẩm không cần thiết, cho dù chất lượng có tốt đến đâu, giá rẻ đến đâu cũng không khiến họ mảy may động lòng. Ai cũng biết rõ một điều, tiêu tiền mua những sản phẩm không cần thiết là một hành vi cực kỳ lãng phí.

Lắng nghe ý kiến khách hàng để hiểu khách hàng cần gì

Nhu cầu của khách hàng không bao giờ là vĩnh hằng hay bất di bất dịch mà luôn thay đổi từng phút từng giây. Hơn nữa, khách hàng không bao giờ chủ động đến tìm bạn để nói cho bạn biết họ cần gì,hôm nay họ cần gì và ngày mai họ sẽ lại cần cái gì. Vì thế nhân viên nên chủ động tìm hiểu, trao đổi với khách hàng, sự trao đổi, tiếp xúc cần diễn ra định kỳ, như vậy mới có thể nắm bắt tâm lý của khách hàng, hiểu được họ thật sự cần gì và ngay lập tức cảm nhận được sự thay đổi trong nhu cầu của khách hàng. Qua tiếp xúc trao đổi như vậy, bạn mới có thể làm cho sản phẩm của công ty phù hợp với nhu cầu của khách hàng, trở thành quán quân dẫn đầu danh sách sản phẩm có doanh thu cao.

Công ty HP là một công ty luôn không ngừng sản xuất những sản phẩm mới phù hợp với nhu cầu của khách hàng, các kỹ sư của HP luôn tranh thủ cơ hội tiếp xúc, phỏng vấn và thăm dò ý kiến

của khách hàng về sản phẩm mỗi khi thực hiện dịch vụ, như tìm hiểu khách hàng thích những đặc điểm, tính năng nào của sản phẩm? Điều gì làm họ không hài lòng? Không lâu sau, khi kỹ sư HP trở lại thăm khách hàng, họ sẽ mang đến một sản phẩm mới hoàn toàn phù hợp với yêu cầu của khách hàng. Hành động này khiến khách hàng không chỉ hài lòng mà còn thêm tin tưởng HP.

Một nhân viên làm việc trong doanh nghiệp khai thác, chế tạo, muốn có được thành tích, sự nghiệp riêng cần đưa ra kế hoạch cho sản phẩm mới, lắng nghe ý kiến khách hàng, hiểu khách hàng cần gì. Chỉ khi hiểu chính xác khách hàng cần gì mới có thể tìm cách đáp ứng nhu cầu đó.

Một nhân viên lập trình phần mềm ngẫu nhiên nghe được cuộc nói chuyện của khách hàng khi tới cửa hàng bán hàng, hiểu được rằng sản phẩm khách hàng mua hiện không đáp ứng được nhu cầu của họ. Người nhân viên lập trình này ngay lập tức đã trao đổi và giao lưu với khách hàng, sau khi quay về công ty liền bắt tay vào nghiên cứu, viết ra phần mềm theo nhu cầu khách hàng, kết quả là khai thác thành công phần mềm phù hợp với nhu cầu khách hàng, tiếp đó, việc mở rộng thị trường của phần mềm vừa thiết kế cũng được tiến hành thuận lợi, mang lại cho công ty cũng như nhân viên lập trình một tài sản đáng kể.

Luôn lắng nghe ý kiến của khách hàng từng phút từng giây, không chỉ cần biết cách làm thế nào để nắm bắt, tìm hiểu nhu cầu của khách hàng mà còn cần cần biết cách làm thế nào để đáp ứng nhu cầu khách hàng tốt hơn.

Bill Gates nói: "Sau khi hiểu được nhu cầu khách hàng, bạn cần đào sâu suy nghĩ xem làm thế nào để sản phẩm gần gũi hơn với khách hàng và giúp đỡ khách hàng nhiều hơn. Ví dụ như, bạn làm việc trong ngành thiết kế phần mềm, bạn có khả năng sẽ suy nghĩ: Chúng ta phải làm gì mới có thể khiến khách hàng có hứng thú khi sử dụng sản phẩm trong quá trình làm việc? Sản phẩm như thế nào mới khiến người sử dụng "vừa học vừa chơi", làm cho việc học trở nên hấp dẫn và thú vị hơn? Sản phẩm như thế nào mới khiến người nội trợ trong gia đình cảm thấy hấp dẫn?".

Nhiều năm qua, công ty Microsoft luôn nhất mực yêu cầu nhân viên tuân thủ một nguyên tắc, đó là "phải suy nghĩ". Suy nghĩ về vấn đề gì? Suy nghĩ xem làm thế nào để khiến khách hàng hài lòng nhất, làm thế nào để tạo ra sản phẩm nhân tính hóa hơn, gần gũi, thiết thực với cuộc sống và công việc của khách hàng hơn.

Là một doanh nghiệp trưởng thành và phát triển nhanh chóng, một mặt công ty Microsoft luôn không ngừng rèn luyện, tích lũy năng lực, tăng cường khả năng khai thác sản phẩm và nâng cao chất lượng sản phẩm; mặt khác luôn trước sau như một, không bao giờ quên yêu cầu về "mức độ hài lòng của khách hàng". Công ty tiến hành phân tích tỉ mỉ, cẩn trọng, suy xét kỹ lưỡng, toàn diện về nhu cầu của khách hàng và đưa ra biện pháp để đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Nhờ thế, sản phẩm và các dịch vụ do Microsoft cung cấp càng sát thực với nhu cầu của khách hàng, thực hiện được phương châm phát triển "lấy khách hàng làm trung tâm".

Trên con đường phát minh, sáng tạo công nghệ, rất nhiều công ty cũng giống như Microsoft, luôn đặt lợi ích của khách hàng vào vị trí quan trọng nhất, dốc sức cố gắng để sản phẩm gần gũi hơn với người tiêu dùng.

Đối với người tiêu dùng, chú trọng tính năng của sản phẩm đương nhiên là yêu cầu được xem xét hàng đầu, nhưng đồng thời khách hàng cũng sẽ từ nhiều góc độ khác, đưa ra yêu cầu khác nhau đối với sản phẩm, ví dụ: thể tích lớn nhỏ, ngoại hình xấu đẹp, v.v... để sản phẩm gần gũi hơn, tiện lợi hơn với cuộc sống hằng ngày. Đứng trước muôn vàn yêu cầu của khách hàng, nhà kinh doanh không thể bỏ qua bất kỳ yêu cầu nào.

Chiếc Walkman đầu tiên trên thế giới do công ty Sony khai thác và đưa ra thị trường chính là ví dụ điển hình. Một ngày, Akio Morita, một trong hai người sáng lập công ty Sony đi dạo ở ngoài, nhìn thấy người bạn thân Masaru Ibuka khệ nệ vác theo chiếc radio nặng trên tay, đeo tai nghe cũng đang đi dạo gần đó.

Akio Morita cảm thấy hết sức lạ kỳ, bèn hỏi: "Ông sao thế?".

Masaru Ibuka trả lời: "Tôi thích nghe nhạc, nhưng lại không muốn gây ồn, ảnh hưởng đến người khác, vì thế chỉ còn cách đeo tai nghe. Vừa đi dạo vừa nghe nhạc mới thư thái làm sao".

Một câu nói của bạn đã khơi gợi linh cảm của Akio Morita: sản xuất một loại máy nghe nhạc có thể mang bên người! Ý tưởng cho dòng sản phẩm Walkman mới đã ra đời từ đó.

Theo ý tưởng của Akio Morita, đội ngũ kỹ sư công nghệ hùng hậu của công ty Sony đã lập tức tiến hành công việc nghiên cứu, chế tạo, làm nhỏ các linh kiện của máy radio. Chẳng bao lâu sau, chiếc máy nghe nhạc nhỏ nhất thế giới đã ra đời.

Khi chiếc máy nghe nhạc loại nhỏ này vừa được đưa ra thị trường, phòng kinh doanh, đại lý phân phối và nhân viên bán hàng đều vô cùng lo lắng: "Loại máy nghe nhạc này buộc phải có băng đi kèm, nhưng lại không có chức năng thu âm, liệu mấy ai mua nó đây?".

Akio Morita đã phản bác đầy kiên định: "Máy nghe nhạc trong ô-tô cũng không có chức năng thu âm, nhưng dường như chiếc xe nào cũng cần có máy nghe nhạc loại đó. Bởi vì nó gần gũi và có thể đáp ứng nhu cầu của con người".

Đợt Walkman đầu tiên ra mắt thị trường đã gây được tiếng vang lớn, thanh niên thích thời trang đua nhau đi mua, vốn dự tính mỗi năm bán ra 100.000 chiếc, kết quả, một năm bán ra được 4 triệu chiếc. Do máy nghe nhạc này vô cùng tiện lợi, có thể mang đến cho người sử dụng không ít niềm vui nên đã nhanh chóng chiếm được cảm tình của các gia đình, trở thành một đồ dùng không thể thiếu trong các gia đình, nhất là những thanh niên trẻ.

Từ đó suy ra, khai thác sản phẩm gần gũi với người sử dụng, quan tâm sâu sắc từng li từng tý đến người sử dụng và đáp ứng nhu cầu hiện có hoặc đang ẩn giấu của người sử dụng có thể khiến sản phẩm chiếm được tình cảm của đại đa số người tiêu dùng.

Để khách hàng tham gia vào quá trình thiết kế sản phẩm

Trong xã hội hiện đại với muôn vàn sản phẩm phong phú và thị trường phát triển cao độ như ngày nay, quan niệm cũng như hành vi tiêu dùng của khách hàng ngày càng trở nên có cá tính hơn. Khách hàng cần gì, chỉ có họ mới biết. Vì thế, khi thiết kế sản phẩm, mời khách hàng vào phòng thiết kế, để khách hàng trực tiếp bày tỏ mong muốn và yêu cầu của mình, trực tiếp tham gia vào quá trình thiết kế sản phẩm, đó là cách làm hay nhất, tối ưu nhất đảm bảo sản phẩm gần gũi hơn và đáp ứng nhu cầu khách hàng tốt hơn.

Trong lĩnh vực sản xuất bàn là ở Nhật Bản, công ty điện máy Panasonic luôn tự tin về sự nghiệp thành công của mình, nhưng đến những năm 80 của thế kỷ 20, cùng với sự bão hòa cao của thị trường điện máy, bàn là điện cũng rơi vào tình trạng trì trệ.

Nhân viên nghiên cứu Phòng sự nghiệp công ty Panasonic lo lắng như ngồi trên đống lửa. Một hôm, Trưởng phòng sự nghiệp được tôn là "tiến sỹ bàn là" Iwami Kenichi mời mấy chục phụ nữ chuyên trách công việc nội trợ trong gia đình ở nhiều độ tuổi khác nhau đến văn phòng với mong muốn họ thẳng thắn chỉ ra khiếm khuyết của bàn là Panasonic.

Một người phụ nữ nói: "Bàn là mà không có dây điện thì tiện lợi hơn nhiều".

- "Tuyệt! Bàn là không dây!", người phụ trách công ty Panasonic hét lên đầy hưng phấn.

Phòng sự nghiệp lập tức thành lập Nhóm chiến lược. Khi mới bắt đầu, họ dự định dùng điện tích lũy thay thế dây điện. Nhưng bàn là hơi nước mới chế tạo lại có đế dày 5 cm, nặng gần 2,5 kg, người phụ nữ dùng bàn là đó chẳng khác nào vác hòn bi sắt. Để giải quyết câu hỏi khó này, Nhóm chiến lược bèn quay lại quan sát tỉ mỉ cả quá trình người phụ nữ là quần áo để phân tích, nghiên cứu, vận dụng quy luật.

Kết quả phát hiện, người phụ nữ không phải lúc nào cũng cầm bàn là là quần áo mà rất nhiều lần dựng bàn là ở một bên, sau khi xếp quần áo ngay ngắn mới tiếp tục là. Vì thế Nhóm chiến lược sửa lại một chút ý tưởng bàn là tích điện, họ thiết kế một loại bàn là tích điện khác, mỗi khi là quần áo xong thì có thể đặt bàn là vào bàn tích điện để nạp điện, chỉ cần 8 phút có thể nạp đầy điện, trọng lượng của bàn là vì thế đã nhẹ đi rất nhiều. Bàn tích điện có lắp thiết bị tự động nạp điện và ngắt điện, cực kỳ an toàn.

Thế là, bàn là không dây kiểu mới ra đời và trở thành sản phẩm bán chạy nhất năm đó.

Một nhân viên nói: "Tôi ghi chép lại tất cả những ý kiến liên quan đến sản phẩm của công ty mà mình được "mắt thấy tai nghe" bất cứ lúc nào và bất cứ ở đâu, cho dù đang gặp gỡ vui chơi cùng bạn bè hay tình cờ nghe người lạ nhận xét khi đi trên đường. Bởi vì, với tư cách là một nhân viên của công ty, tôi có trách nhiệm làm cho sản phẩm của chúng tôi mỗi ngày một tốt hơn, chúng tôi có trách nhiệm giúp đỡ doanh nghiệp của mình ngày càng trưởng thành và hoàn thiện hơn".

Thường xuyên trao đổi với khách hàng hoặc tổ chức tọa đàm với khách hàng, hiểu nhu cầu của khách hàng sẽ có thể nắm được phương hướng của sản phẩm mới một cách chính xác, nhằm đảm bảo sản phẩm tiếp cận gần hơn với thị trường, với khách hàng, từ đó vươn lên chiếm lĩnh thị trường trong cuộc cạnh tranh khốc liệt và duy trì sự phát triển bền vững của doanh nghiệp.

Tiến hành cải tiến để sản phẩm gần gũi hơn với khách hàng

Mỗi khi làm một việc gì đó, một người nhân viên đều cần đặt yêu cầu "sản phẩm có gần gũi với khách hàng hay không" ở vị trí hàng đầu và đứng từ góc độ của khách hàng để suy nghĩ: Nếu mình là khách hàng, mình sẽ cần cái gì? Bản thân mình mong muốn sản phẩm gần gũi với mình ra sao, sản phẩm như thế nào mới khiến mình cảm thấy thuận tiện, vui vẻ khi sử dụng? Bắt đầu từ việc tìm hiểu khách hàng, nếu biết được rằng sản phẩm còn chưa gần gũi với khách hàng một cách hoàn thiện nhất, bạn sẽ tìm cách nghiên cứu, cải tiến sản phẩm.

Thực tiễn chứng minh: Chỉ những sản phẩm gần gũi nhất với khách hàng mới có thể giữ vị trí đi đầu.

Một lần, trong thời gian được đặt hàng viết phần mềm cho ngân hàng, một nhà thiết kế của công ty phần mềm đã phát hiện, nhân viên giao dịch của ngân hàng quen sử dụng phím số ở bàn phím nhỏ bên tay phải, tuy nhiên rất không quen tìm phím "Y", "N" để xác định lệnh "Nhập" hay "Bỏ", cảm thấy rất không thuận tiện khi sử dụng, hiệu quả công việc cũng bị giảm đáng kể, vì thế họ rất hy vọng sau khi nhập xong con số có thể tìm thấy ngay phím để thực hiện lệnh "Nhập" hay "Bỏ", nhưng họ cho rằng việc thay đổi phím nhấn không dễ thực hiện, vì thế không dám đề đạt, trình bày khúc mắc với nhà thiết kế.

Sau khi phát hiện ra vấn đề này, nhà thiết kế đã nhanh chóng thay đổi thiết kế, sử dụng một số phím trên bàn phím số nhỏ bên tay phải làm phím thực hiện lệnh "Nhập" và "Bỏ", giao dịch viên cảm thấy rất thuận tay khi sử dụng, hiệu quả công việc nhờ thế được nâng cao rõ rệt. Nhân viên ngân hàng mỉm cười mãn nguyện, mối quan hệ với nhà thiết kế bỗng nhiên trở nên thân thiết hơn nhiều.

Coi nhiệm vụ đưa sản phẩm đến gần hơn với nhu cầu khách hàng là nhiệm vụ hàng đầu, mỗi thiết kế đều có thể được thiết kế dựa trên ý nguyện của khách hàng, mỗi chi tiết đều được nghĩ thay cho khách hàng từ trước, khách hàng sao còn có thể không vừa ý?

Đưa sản phẩm và dịch vụ đến gần hơn với khách hàng là chức trách và mục tiêu theo đuổi của mỗi người đi làm.

Mỗi nhân viên trong doanh nghiệp đều cần phải tiếp cận với khách hàng gần hơn nữa để hiểu được nhu cầu của khách hàng. Ví dụ, công ty Dell có một cơ chế làm việc chặt chẽ để tiếp cận khách hàng, tất cả nhân viên công ty, dù là nhân viên dây chuyền sản xuất hay chuyên gia kỹ thuật đều cần phải tuân thủ cơ chế đó. Họ nắm được tin tức về khách hàng một cách tường tận, tỉ mỉ và nghiêm túc nghiên cứu để đưa ra phương án lắp đặt mang tính đối tượng cao hơn. Ví dụ, Dell phát hiện một số doanh nghiệp lớn sau khi mua máy tính của họ còn phải tốn một thời gian dài để cài đặt phần mềm quản lý nội bộ hay kết nối mạng nội bộ. Để giải quyết vấn đề này, Dell đã kiến nghị khách hàng khi đặt hàng cần liệt kê danh sách các phần mềm cần cài đặt, để họ cài đặt sẵn trong quá trình lắp ráp đợt máy đó và giao hàng tới tận tay khách hàng sau khi đã điều chỉnh cẩn thận, như vậy khách hàng chỉ cần nối dây, bật máy là có thể sử dụng ngay.

Tiếp cận, tìm hiểu nhu cầu khách hàng, nói thì dễ mà làm thì khó. Bản thân khách hàng không biết phải thiết kế sản phẩm ra sao nhưng họ sẽ có một số yêu cầu đối với tính năng sản phẩm, nhân viên bán hàng và nhân viên kỹ thuật cần luôn nhạy bén nắm bắt yêu cầu này mới có thể khiến sản phẩm được thiết kế và sản xuất ra gần gũi với khách hàng hơn.

NGUYÊN TẮC THỨ IV

LUÔN ĐỒNG HÀNH NHỊP BƯỚC CÙNG MỤC TIÊU DÀI KỲ CỦA CÔNG TY

Tuy là một nhân viên độc lập, bạn cần luôn đồng hành nhịp bước cùng kế hoạch dài kỳ do công ty đề ra. Người nhân viên cần quan tâm phương hướng phấn đấu cả đời của mình, ví dụ như nâng cao năng lực của bản thân và đồng nghiệp. Nguồn động lực tự phát này cần được nuôi dưỡng nhưng đáng kể chúng ta phải "hao tâm tổn trí" suy nghĩ.

Đương nhiên, biện pháp quản lý cũng cần phát huy tính năng động chủ quan. Nếu bạn làm nhân viên bán hàng, việc hoàn thành chỉ tiêu bán hàng chính là thước đo quan trọng để đánh giá biểu hiện của bạn trong công việc. Đối với một nhân viên bán hàng, hoàn thành chỉ tiêu bán hàng quả là một việc gây hứng thú, nhưng nếu hoàn thành chỉ tiêu bán hàng, nâng cao tối đa tiền lương và tiền thưởng tháng sau là động lực làm việc duy nhất thì bạn sẽ dần dần tách rời đồng đội và bỏ lỡ cơ hội tốt để phát triển và thành công.

1. ĐỒNG HÀNH CÙNG MỤC TIÊU CỦA CÔNG TY, NẮM VỮNG PHƯƠNG HƯỚNG PHẤN ĐẤU CỦA BẢN THÂN

Mỗi doanh nghiệp, mỗi ông chủ đều có mục tiêu phát triển của riêng mình. Là một nhân viên của doanh nghiệp, bạn cần đảm bảo duy trì nhịp bước luôn đồng hành với mục tiêu do công ty đề ra thì mới có thể nắm chắc phương hướng phấn đấu của bản thân, tạo ra của cải cho doanh nghiệp.

Nhưng trong thực tế, phương hướng phấn đấu, cố gắng của một số nhân viên không thể duy trì sự đồng hành cùng mục tiêu của ông chủ, dẫn tới kết quả "kẻ nam người bắc".

Lý Hào là Trưởng phòng thu mua của một doanh nghiệp, trước tình hình giường kỹ thuật số do công ty sản xuất đã lỗi thời, đơn đặt hàng ngày càng ít đi, lợi nhuận tụt dốc nhanh chóng, công ty chuyển mục tiêu sang sản xuất mặt hàng thay thế và quyết định sa thải dần dần các sản phẩm đã lỗi thời.

Tuy nhiên, do quan sát thấy sản lượng giường kỹ thuật số sản xuất trước đây quá lớn, người sử dụng rất đông, những người sử dụng đó vẫn đến doanh nghiệp để tìm mua một số linh kiện thay thế dùng cho việc sửa chữa duy tu giường, Lý Hào cho rằng giường kỹ thuật số kiểu cũ vẫn có thể tiếp tục duy trì thị trường. Dưới sự sắp xếp của anh, nhân viên thu mua dưới quyền chia nhau đến các xưởng sản xuất thu mua các loại linh kiện, thiết bị đi kèm với số lượng lớn để đáp ứng nhu cầu sản xuất của công ty cũng như nhu cầu của khách hàng.

Chẳng bao lâu, sản phẩm giường mới thay thế do công ty sản xuất được tung ra thị trường, những khách hàng cũ cũng đổ xô đi mua sản phẩm mới. Doanh nghiệp ngừng sản xuất giường kỹ thuật số kiểu cũ, khách hàng quen cũng chọn mua sản phẩm mới thay thế khiến cho lượng lớn linh kiện thu mua về bị chất đống, gây thiệt hại một khoản tiền lớn của công ty. Vì phương hướng phấn đấu của Lý Hào không đồng nhất với mục tiêu của công ty nên tất cả những cố gắng, nỗ lực của anh đều trở nên lãng phí, thừa thãi, gây thiệt hại nặng nề mà lẽ ra có thể tránh được cho công ty.

Một nhân viên cần đồng hành với mục tiêu của doanh nghiệp, đem nỗ lực cá nhân hòa vào mục tiêu phát triển chung của công ty. Sứ mệnh của nhân viên là gắn kết mục tiêu lâu dài của công ty, nỗ lực giúp ông chủ hoàn thành mục tiêu thực tế. Muốn đồng hành cùng mục tiêu của công ty thì trước hết bạn cần biết mục tiêu của công ty là gì? Nỗ lực như thế nào để thực hiện mục tiêu của công ty?

Lý Kiệt là đại lý của một công ty dệt may, luôn tự hào về kỷ lục tiêu thụ của mình. Đã từng vài lần anh kể cho ông chủ nghe mình đã miệt mài dốc sức thuyết phục một nhà sản xuất quần áo ký vào đơn đặt hàng như thế nào, nhưng ông chủ chỉ gật đầu, mỉm cười và khen anh vài câu.

Cuối cùng Lý Kiệt đánh bạo hỏi: "Nghiệp vụ của chúng ta là tiêu thụ sản phẩm dệt may, chẳng phải sao? Lẽ nào ông không thích khách hàng của tôi?".

Ông chủ nhìn thẳng vào mắt anh và trả lời: "Lý Kiệt, anh chỉ dốc sức vào một nhà sản xuất nhỏ, vậy mà đã tiêu tốn quá nhiều sức lực của chúng ta, xin mời anh tập trung sức lực vào khách hàng lớn có thể đặt hàng 3000 chiếc ngay trong một lần!".

Lý Kiệt hiểu được dụng ý của ông chủ, mục tiêu của ông chủ là khách hàng lớn có thể giúp công ty kiếm được thật nhiều tiền, thế nên anh giao lại những khách hàng vừa và nhỏ cho một nhân viên dưới quyền. Mặc dù anh chỉ nhận được một khoản tiền lương ít ỏi nhưng quan trọng hơn là: anh đang giúp ông chủ thực hiện mục tiêu của mình, đó là tìm được nguồn khách hàng chính.

Đồng hành nhịp bước với mục tiêu của công ty, biết mục tiêu của công ty và cố gắng, nỗ lực giúp ông chủ thực hiện mục tiêu là sứ mệnh của một nhân viên, cũng là một phẩm chất người nhân viên cần có.

2. LÀM MỘT NHÂN VIÊN TÍCH CỰC, CHỦ ĐỘNG

Bill Gates nói: "Một nhân viên xuất sắc nên là một người tích cực chủ động trong công việc, tích cực chủ động nâng cao năng lực cũng như tay nghề của bản thân. Một nhân viên như vậy không cần dựa vào biện pháp quản lý hối thúc vẫn phát huy được tính năng động chủ quan của bản thân".

Tuy nhiên trong doanh nghiệp của chúng ta, rất nhiều nhân viên thường xuyên đợi sau khi ông chủ phân công công việc, dặn dò cách làm thì mới bắt tay vào làm việc. Nhân viên như vậy không có chút năng động nào, không chỉ không làm tốt công việc mà còn khó có được sự công nhận của ông chủ.

Trong thời buổi kinh tế, những người "chỉ đâu đánh đó", chờ ông chủ phân công công việc không còn phù hợp với tiêu chuẩn của "nhân viên xuất sắc nhất". Ngày nay, mẫu nhân viên doanh nghiệp ông chủ cần tìm là nhân viên "không cần đợi ông chủ căn dặn" đã tích cực chủ động làm việc.

Phát huy tính chủ động tối đa của bản thân

Trong công ty Microsoft, tất cả nhân viên có tay nghề chuyên môn, có khả năng cạnh tranh đều cần phát huy tính chủ động của bản thân ở mức cao nhất. Bởi vì Microsoft cần những nhân viên xuất sắc, luôn biết áp dụng hành động đúng lúc, mang tính quan trọng giúp công ty thu được lợi nhuận và chiếm lĩnh thị trường.

Chủ động trong công việc, dù là một nhân viên vệ sinh cũng sẽ biết soạn ra một trình tự làm việc khoa học, bất cứ việc gì cũng đều hoàn thành một cách xuất sắc. Người như vậy không chỉ làm tốt công việc mà còn thường xuyên nói với cấp trên: "Tôi còn có một ý tưởng có thể làm tốt hơn nữa". Nhân viên tích cực, chủ động, thích tự tìm việc làm rất dễ đạt đến thành công.

Trưởng phòng ứng dụng màn hình của Trung tâm nghiên cứu Trung Quốc Microsoft Mao Vĩnh Cương có cảm nhận rất sâu sắc về vấn đề phát huy tính chủ động. Năm 1997, khi ông vừa được nhận vào Microsoft phụ trách làm Word, ông chỉ có một tập tài liệu khái quát, không ai nói với ông cần làm như thế nào, cần dùng công cụ gì. Sau khi trao đổi với Trụ sở chính tại Mỹ, đáp án được đưa ra là tất cả phải dựa vào chính mình. Đứng trước tình hình không có trình tự và bước đo đạc quy định cứng, ông bèn căn cứ theo sự hiểu biết của mình về sản phẩm, suy nghĩ về thiết kế của

sản phẩm cũng như thói quen sử dụng của khách hàng, v.v..., từ đó phát hiện rất nhiều vấn đề mới. Kết quả, nhờ phát huy tính chủ động tối đa của bản thân, ông đã thiết kế ra sản phẩm vừa ý nhất.

Tính chủ động là điều cốt lõi thể hiện sự khác biệt giữa nhân viên xuất sắc và nhân viên bình thường. Nhân viên tích cực, chủ động mới là nhân viên có thể hoàn thành tốt bất cứ việc gì, mới là nhân viên được ông chủ coi trọng.

Chủ động làm những việc không được ông chủ căn dặn

Trong giới đi làm ngày nay, có hai loại người mãi mãi không có cách nào vươn tới thành công, một là chỉ làm những việc ông chủ căn dặn, hai là làm không tốt việc ông chủ đã căn dặn. Hai kiểu người này đều là đối tượng ông chủ muốn "sa thải" đầu tiên, hoặc là "hao tâm tổn sức" suốt cả đời trên một cương vị công tác bình thường mà vẫn không có một chút thành quả.

Phó Giám đốc điều hành Microsoft Lý Khai Phúc nói: "Đừng nên bị động ngồi đợi người khác bảo bạn cần làm gì, mà nên chủ động nắm bắt xem bản thân cần làm gì và tự lên kế hoạch, sau đó dốc sức hoàn thành kế hoạch đã định. Nghĩ đến những người thành công nhất trên thế giới hiện nay, có mấy người ngồi một chỗ chờ người khác phân công? Đối với công việc, bạn cần như một người mẹ đối với đứa con, dốc sức thực hiện trách nhiệm cũng như tình thương, không ngừng cố gắng nỗ lực. Nếu thật sự làm được như vậy, chẳng có mục tiêu nào bạn không thể đạt đến".

Một học giả thành công từng mời một nữ thanh niên làm trợ lý cho mình, thay ông bóc thư, phân loại thư, tiền lương. Có một ngày, học giả thành công yêu cầu cô dùng máy đánh chữ ghi lại câu châm ngôn tâm đắc của ông: "Xin bạn ghi nhớ, hạn chế duy nhất của bạn chính là hạn chế bạn tự đặt ra trong đầu mình".

Cô gái gõ xong văn bản và giao lại cho nhà học giả, đồng thời nói lên cảm nghĩ của mình: "Câu châm ngôn của ông khơi gợi cho tôi rất nhiều điều sâu sắc, có giá trị rất lớn đối với cuộc sống của tôi".

Chuyện này dường như không gây được sự chú ý của nhà học giả, nhưng đã để lại một dấu ấn sâu đậm, khó phai trong lòng cô gái. Từ hôm đó, cô bắt đầu quay lại văn phòng để tiếp tục công việc sau bữa tối, không đòi hỏi tiền thù lao cho những việc làm ngoài phận sự của mình, ví dụ như giúp nhà học giả trả lời thư độc giả.

Cô nghiêm túc nghiên cứu phong cách ngôn ngữ của nhà học giả, mong muốn những lá thư trả lời sẽ viết hay như nhà học giả, thậm chí hay hơn. Cô luôn kiên trì làm như vậy và không bận tâm nhà học giả có chú ý đến những nỗ lực của mình hay không. Cuối cùng có một ngày, thư ký riêng của học giả vì lý do nào đó đã xin thôi việc, vị học giả liền nghĩ ngay tới cô khi cân nhắc tuyển chọn người phù hợp.

Trước khi có được vị trí công tác này, cô đã tự làm phần việc tương đương như một thư ký, đây chính là lý do then chốt để cô được cất nhắc. Sau khi tiếng chuông báo hiệu giờ tan sở vang lên, cô vẫn kiên trì ngồi làm việc, kể cả trong tình hình không có bất cứ thù lao báo đáp nào, cô vẫn luyện tập đầy gian khổ, cuối cùng chính cô đã khiến bản thân có đủ tư cách được tiếp nhận vào chức vụ cao hơn.

Câu chuyện chưa kết thúc ở đó. Năng lực của cô gái nổi bật như vậy khiến càng nhiều người quan tâm đến cô, các công ty khác cũng tới tấp mời cô vào những vị trí hấp dẫn hơn. Để giữ cô lại bên mình, nhà học giả đã nhiều lần nâng lương cho cô, giờ đây lương tháng của cô đã cao gấp 4 lần so với lương của một nhân viên tốc ký bình thường.

Chủ động làm những việc không được ông chủ căn dặn và làm tốt những việc đó, bạn có thể nâng cao vị thế của mình trong mắt ông chủ, sẽ được cất nhắc tới những chức vụ cao hơn, đạt được thành công lớn hơn.

Thời đại cần có những người tích cực chủ động

Thời buổi thị trường cạnh tranh hiện nay cũng chính là cuộc cạnh tranh giữa các nhân tài, sóng to bão lớn luôn xảy ra, nếu bản thân không cố gắng sẽ bị sa thải. Bất kỳ doanh nghiệp nào, ông chủ nào cũng đều muốn sử dụng những nhân viên tích cực, chủ động. Bất kỳ ông chủ nào cũng đều cần những nhân viên chủ động tìm kiếm nhiệm vụ, chủ động hoàn thành nhiệm vụ, chủ động làm giàu.

Chủ động trong công việc có nghĩa là luôn sẵn sàng nắm bắt thời cơ bất cứ lúc nào, thể hiện tốt hơn so với yêu cầu, cũng như luôn sở hữu trí tuệ và khả năng phán đoán, "nếu cần thì không e ngại phá vỡ quy định đã có để hoàn thành nhiệm vụ". Những nhân viên thiếu chủ động trong công việc, luôn tuân theo quy định đã có một cách cứng nhắc, sợ mắc lỗi, việc gì cũng yêu cầu rập khuôn theo quy tắc của công ty, những việc ông chủ không bảo làm, họ nhất quyết không tham gia; những nhân viên chủ động trong công việc lại luôn mạnh dạn chịu trách nhiệm trước việc mình làm, có khả năng suy nghĩ độc lập, sẽ phát huy sáng kiến lúc cần thiết để hoàn thành nhiệm vụ.

Trong kinh tế thị trường, mục tiêu lớn của công ty cũng như mục tiêu nhỏ của nhân viên đều là làm giàu. Chỉ cần phù hợp với mục tiêu lớn này, nhân viên không nên bó hẹp mình trong nhiệm vụ được phân công mà cần chủ động hoàn thành các nhiệm vụ khác và tạo ra tài sản ngoài bổn phận của mình cho công ty, miễn là không phá hoại các trình tự làm việc của công ty. Thậm chí, người nhân viên còn cần đưa ra và thực hiện những dự án và nghiệp vụ có lợi cho sự phát triển của công ty trước cả cấp trên và ông chủ.

Muốn đạt được thành công trong doanh nghiệp hiện đại, bạn cần nỗ lực bồi dưỡng, nâng cao ý thức chủ động của bản thân, cần dũng cảm chịu trách nhiệm trước công việc, chủ động vạch ra mục tiêu công việc cho bản thân và không ngừng cải tiến phương pháp cũng như cách làm.

Trong thời đại cạnh tranh vô cùng khốc liệt này, bị động sẽ bị đào thải, chủ động có thể chiếm được ưu thế. Sự nghiệp của chúng ta, cuộc đời của chúng ta không phải do ông trời sắp đặt mà do chúng ta chủ động phấn đấu. Nếu bạn chủ động hành động, không những có thể tôi luyện bản thân mà còn tích lũy một sức mạnh cho bản thân để phấn đấu vươn lên tầm cao mới.

Chủ động là tăng thêm cơ hội rèn luyện cho bản thân, tăng thêm cơ hội thực hiện giá trị của bản thân. Xã hội, doanh nghiệp chỉ có thể cung cấp cho bạn công cụ, còn vũ đài phải do bạn tự tay xây dựng, tự diễn tập và trình diễn. Màn trình diễn hấp dẫn hay không, tỉ lệ người xem như thế nào, tất cả quyền quyết định đều nằm trong tay bạn.

Tích cực chủ động trong công việc, luôn đồng hành nhịp bước cùng kế hoạch, mục tiêu dài kỳ do công ty đề ra, hối thúc bản thân bằng hành động thực tế và thành tích tốt mới có thể trở thành một người thành công.

3. TIỀN LƯƠNG VÀ TIỀN THƯỞNG KHÔNG PHẢI LÀ ĐỘNG LỰC LÀM VIỆC DUY NHẤT

Trong nguyên tắc thứ 4, Bill Gates đã từng nói: "Nếu bạn làm nhân viên bán hàng, việc hoàn thành chỉ tiêu bán hàng là thước đo quan trọng đánh giá chất lượng công việc. Nhưng nếu hoàn thành chỉ tiêu bán hàng và nâng cao tiền lương, tiền thưởng ở mức cao nhất là động lực làm việc duy nhất của bạn, có thể bạn sẽ dần dần rời xa đồng đội và bỏ lỡ thời cơ tốt để phát triển và thành công".

Câu nói của Bill Gates rõ ràng không chỉ nhằm vào nhân viên bán hàng, phạm vi áp dụng của câu nói rộng lớn hơn, thích hợp với mỗi nhân viên đang phấn đấu, dồn tâm dồn sức làm việc trong các công ty thời hiện đại.

Có một câu chuyện như thế này: Một ngày nắng oi ả, Dav Anderson đang cùng đồng nhiệp của ông làm việc trên đường ray, tình cờ gặp lại Jim Murphy, Tổng giám đốc đường sắt và cũng là người bạn cũ lâu năm đến thị sát công việc. Hai người nói chuyện vui vẻ gần một tiếng đồng hồ, khi chia tay còn ôm hôn thắm thiết.

Đồng nghiệp của Dav Anderson lập tức vây quanh ông, họ cảm thấy vô cùng kinh ngạc khi biết ông là bạn của Tổng giám đốc Jim Murphy. Dav Anderson giải thích, một ngày của hơn 20 năm trước, ông và Jim Murphy cùng bắt đầu công việc từ đoạn đường ray này.

Có người nửa đùa nửa thật hỏi Dav, tại sao đến giờ ông vẫn làm việc ở đây còn Jim Murphy đã trở thành Tổng giám đốc. Dav buồn rầu trả lời: "23 năm trước, tôi làm việc vì 1,75 đô la tiền lương trong 1 giờ, còn Jim Murphy làm việc vì con đường này".

Thông qua câu chuyện này chúng ta hiểu tại sao một số người làm việc cả đời vẫn cứ là một nhân viên rất đỗi bình thường và nhận mức lương đạm bạc.

Những người chức vụ thấp, lương đạm bạc bỗng nhiên được đề bạt vào một vị trí quan trọng, tưởng chừng có gì đó không hợp quy luật và thường xuyên bị mọi người nghi ngờ. Nhưng trên thực tế, khi họ nhận mức lương ít ỏi, họ vẫn trước sau như một không từ bỏ cố gắng, nỗ lực, giữ thái độ làm việc tận tâm tận lực, luôn tràn trề hy vọng và nhiệt tình, cố gắng vì mục tiêu phía trước, vì thế họ trở nên giàu kinh nghiệm, đó chính là nguyên nhân để họ được cất nhắc, đề bạt.

Mục đích và báo đáp của công việc không chỉ là lương và thưởng

Chúng ta thường xuyên nghe thấy một số người kêu ca, than vãn: Ông chủ của chúng tôi keo kiệt lắm, chỉ cho chúng tôi nhận một mức lương ít ỏi, một năm công ty kiếm được bao nhiêu tiền, tất cả đều chui vào túi một mình ông ta. Hay là: Công việc của giám đốc cũng chẳng nhiều hơn chúng tôi là mấy, vậy mà lương của anh ta cao gấp mấy lần chúng tôi, anh ta nhận nhiều thì phải làm nhiều, tôi chỉ cần làm đúng với mức lương mình nhận là được rồi, chẳng việc gì phải làm nhiều hơn.

Kiểu người này mắc một sai lầm vô cùng lớn: Chúng tôi đang làm việc vì ông chủ, tiền lương nhất định phải ngang bằng với công việc, cũng có nghĩa là, ông chủ đang dùng tiền mua sức lao động của tôi, ông chủ trả giá bao nhiêu, tôi sẽ làm việc với số lượng và chất lượng bấy nhiêu.

Sau khi tốt nghiệp đại học, Hoàng Xuân vào làm tại phòng tài vụ của một công ty. Ông chủ nói, thời gian thử việc là nửa năm, làm tốt thì sau nửa năm sẽ tăng lương. Khi vừa đến công ty làm việc, Hoàng Xuân luôn nhiệt tình, tận tâm, việc làm hằng ngày không ít hơn chút nào so với nhân viên cũ. Nhưng sau hơn hai tháng miệt mài, Hoàng Xuân cảm thấy hoàn toàn có thể nhận mức lương cao hơn theo năng lực và khối lượng công việc bản thân cô đã hoàn thành, ông chủ nên tăng lương cho cô trước thời hạn, không cần phải đợi đến nửa năm sau.

Từ sau khi nảy ra ý nghĩ này trong đầu, thái độ làm việc của Hoàng Xuân thay đổi 180^{0}, cô không còn nghiêm túc, cẩn thận, tỉ mỉ hoàn thành các nhiệm vụ cấp trên giao phó như trước đây, cuối tháng khi công ty cần làm thêm giờ để hoàn thành gấp báo cáo tài chính, cô lại nói với đồng nghiệp rằng: "Các anh chị làm thêm giờ là đương nhiên, nhiệm vụ của tôi đã làm xong từ chiều rồi".

Hàm ý ẩn chứa trong lời nói của cô là, lương của tôi thấp, tôi chẳng có lý do gì phải làm thêm giờ như những người có mức lương cao hơn, cô còn đùa rằng: Biết đâu nửa năm nữa, tôi sẽ cùng các anh các chị kề vai sát cánh. Đương nhiên, tất cả những biểu hiện thay đổi đó đều không thoát khỏi tầm mắt của ông chủ.

4 tháng qua đi vẫn chẳng có động tĩnh gì về việc tăng lương, Hoàng Xuân tức giận rời khỏi công ty.

Sau đó đồng nghiệp nói chuyện riêng với cô: “Thật đáng tiếc! Bạn đã bỏ lỡ một cơ hội tốt để thăng cấp và tăng lương. Ông chủ thấy bạn làm việc tận tâm, năng lực nghiệp vụ giỏi, vốn dự định tăng lương trước cho bạn vào tháng thứ 5, sau nửa năm, nếu làm tốt, ông chủ còn có ý đề bạt bạn làm Kế toán trưởng của chi nhánh”.

Kiểu nhân viên như Hoàng Xuân, nếu không thay đổi thái độ làm việc, chỉ làm việc vì tiền lương, thì dù cô đến bất kỳ văn phòng bộ phận nào, công ty nào đều không được ông chủ hoan nghênh.

Thực ra, những người chỉ làm việc vì tiền lương đã bỏ qua một điều hết sức quan trọng, đó là không hiểu rằng việc thăng chức, nâng lương được xây dựng trên cơ sở hoàn thành công việc xuất sắc hơn, chính xác hơn, chuyên tâm hơn người khác mà không đòi hỏi sự báo đáp.

Mục đích của công việc không nên chỉ là để đạt được một khoản lương cao. Nhưng nói đi cũng phải nói lại, con người sinh tồn nhờ vào tiền bạc. Tiền là công cụ báo đáp công việc, đúng là việc làm càng tốt thì thù lao báo đáp càng cao. Nhưng vấn đề là, khi chuyển sự chú ý, chuyên tâm từ công việc sang tiền bạc, bạn sẽ phân tán sự tập trung trong công việc, ngày càng đi xa chỉ tiêu công việc đã đặt ra. Thái độ làm việc muốn thành công vội vàng và chỉ vì cái lợi trước mắt khiến bạn chạy thẳng đến đồng tiền mà không để ý đến lý tưởng, càng không để ý đến lý tưởng cao đẹp.

Carnegie nói: “Cuộc đời phải có mục tiêu, những người lập nghiệp, những người theo đuổi lý tưởng nếu có thể tránh khỏi “sự xâm lược của đồng tiền” thì mới có thể đặt được bước chân đầu tiên lên con đường dẫn tới thành công”.

Mục đích và báo đáp của công việc không chỉ là tiền lương. Con người cần làm việc, cần sự công nhận của xã hội, hơn nữa tài năng của một con người chỉ có thể trưởng thành trong sự cọ xát, rèn rũa với công việc, và cũng chỉ khi làm việc với thái độ vui vẻ, tích cực mới có thể đạt được thành quả và vinh dự từ sự tiến bộ của bản thân cũng như thành tích trong công việc.

Cơ hội tốt để phát triển và thành công còn quan trọng hơn tiền lương

Một nhân viên nếu chỉ làm việc vì tiền lương sẽ rất dễ bỏ lỡ cơ hội tốt để phát triển và thành công.

Thực ra, bên trong mỗi công việc đều ẩn chứa rất nhiều cơ hội cho cá nhân trưởng thành, khi người thanh niên vừa bước chân vào xã hội, không nên quá coi trọng vấn đề tiền lương ít hay nhiều mà nên chú ý tới hiệu quả do chính công việc đem lại, như phát triển năng lực cá nhân, tăng thêm kinh nghiệm xã hội, nâng cao vẻ hấp dẫn của nhân cách, v.v... So với kỹ năng và kinh nghiệm tích lũy được từ công việc, đồng lương ít ỏi sẽ trở nên không còn quá quan trọng nữa. Cái mà ông chủ trả cho bạn chỉ là tiền lương, còn kỹ năng và kinh nghiệm bạn tự học được lại là vật báu vô giá có ích theo suốt cuộc đời bạn.

Một giáo sư đại học Mỹ có hai sinh viên sắp tốt nghiệp, họ rất thông minh và năng động, hứng thú và sở thích rất giống nhau, đối với họ, tìm một công việc có khả năng phát triển năng lực không khó chút nào, thậm chí dễ như trở bàn tay. Khi đó, vị giáo sư có một người bạn lập một công ty nhỏ, nhờ vị giáo sư giới thiệu một người xuất sắc, thích hợp vào vị trí trợ lý. Vị giáo sư liền bảo hai sinh viên đó đi phỏng vấn.

Hai sinh viên lần lượt tham gia dự tuyển. Sinh viên đầu tiên tham gia dự tuyển tên là Hale, vài ngày sau khi kết thúc đợt phỏng vấn, anh gọi điện cho vị giáo sư nói: “Bạn của thầy khó tính quá, ông chỉ đồng ý với mức lương 600 đô la Mỹ một tháng, em sẽ không làm việc cho ông ấy đâu ạ! Hiện nay em đã đi làm ở một công ty khác với mức lương khởi điểm là 800 đô la Mỹ”.

Sinh viên thứ hai dự tuyển tên là Nick, dù mức lương khởi điểm chỉ 600 đô la một tháng, dù anh có rất nhiều cơ hội kiếm nhiều tiền hơn thế nhưng anh lại nhận lời làm việc tại đây. Khi anh thông báo về quyết định này với giáo sư, vị giáo sư liền hỏi: “Lương thấp như vậy, em không cảm

thấy thiệt thòi à?".

Nick trả lời: "Đương nhiên em rất muốn kiếm nhiều tiền hơn, nhưng em có ấn tượng rất sâu sắc về bạn của thầy, em nghĩ rằng, nếu có thể học được một chút bản lĩnh từ ông ấy thì lương thấp cũng đáng. Nếu nhìn xa hơn, em làm việc ở đó, tiền đồ sẽ càng rộng mở".

Đó là câu chuyện của rất nhiều năm trước. Khi đó Hale làm việc tại một công ty với mức lương hằng năm là 9.600 đô la Mỹ, nhưng hiện nay anh cũng chỉ có thể kiếm được 11.000 đô la Mỹ, còn Nick bắt đầu với mức lương 7.200 đô la, giờ đã nhận lương cứng là 25.000 đô la, không kể hoa hồng chia theo hiệu suất công việc.

Sự khác biệt giữa hai người rốt cuộc là ở đâu? Hale đã bị ham muốn kiếm tiền che mờ đôi mắt, còn Nick lại xuất phát từ quan điểm tích lũy kinh nghiệm để suy nghĩ và lựa chọn công việc của bản thân.

Khi băn khoăn chọn việc làm, rất nhiều thanh niên đều đặt ra hàng loạt câu hỏi như: "Lương tháng bao nhiêu? Thời gian làm việc dài hay ngắn? Có bao nhiêu thời gian nghỉ? Khi nào tăng lương? Có những chế độ phúc lợi gì?". Hơn 90% số người đều bỏ qua một yếu tố vô cùng quan trọng, đó là: "Tôi làm việc vì cái gì? Vì tiền lương hay để nâng cao năng lực bản thân?".

Nếu một người cứ suốt ngày dằn vặt, băn khoăn về việc rốt cuộc mình nhận được bao nhiêu tiền lương thì anh ta sao có thể nhìn thấy cơ hội phát triển, trưởng thành ẩn sau tiền lương? Anh ta sao có thể ý thức được rằng, kỹ năng cũng như kinh nghiệm quý báu tích lũy được trong công việc sẽ có ảnh hưởng vô cùng lớn đến tương lai của bản thân? Vô tình những người như vậy sẽ tự trói mình trong phong bao tiền lương, mãi mãi không bao giờ hiểu được bản thân mình thật sự cần gì.

Người chỉ làm việc vì tiền lương sẽ chẳng có cách nào thoát khỏi mô-típ cuộc sống bình thường, nếu không muốn nói là tầm thường. Mục đích làm việc của tất cả những người có chí hướng, những người thành công tuyệt đối không chỉ vì đồng lương, họ nhìn thấy cơ hội đằng sau công việc, môi trường học tập lẫn quá trình trưởng thành đằng sau công việc. Đương nhiên, làm việc để sinh tồn, nhưng quan trọng hơn sinh tồn là gì? Đó chính là gây dựng phẩm chất con người và nâng cao năng lực công tác.

Đi làm để mưu sinh, nhưng đừng nên lúc nào cũng luôn miệng nhắc đến thù lao, cũng đừng nên coi tiền lương quan trọng hơn hết thảy, bởi vì toàn bộ ý nghĩa của công việc không chỉ là tiền lương. Nếu bạn coi toàn bộ ý nghĩa của công việc chỉ là chút lương được nhận thì bạn sẽ mãi mãi không có cơ hội thành công.

Khi làm việc, bạn hãy nhắc nhở mình từng phút từng giây: Tôi cố gắng vì hiện tại và tương lai. Cho dù thu nhập ít hay nhiều, bạn đều cần nhận thức rõ rằng, đó chỉ là một phần bạn thu hoạch được từ công việc.

4. HÒA MÌNH VÀO TẬP THỂ

Bill Gates cho rằng: "Hợp tác tập thể là sự đảm bảo cho thành công của một doanh nghiệp, cũng là tiền đề thành công của một cá nhân".

Biết phối hợp, hợp tác một cách nhịp nhàng với người khác trong công việc là điều kiện bắt buộc khi dự thi vào Microsoft. Khi trả lời phỏng vấn của phóng viên về khái niệm tập thể của Microsoft, tiến sỹ Trương Tương Huy, Tổng giám đốc Trung tâm nghiên cứu khai thác Trung Quốc Microsoft nói: "Nếu một người là thiên tài, nhưng tinh thần đồng đội của anh ta rất kém thì chúng tôi cũng không cần. Ngành công nghệ thông tin Trung Quốc có rất nhiều nhân tài trẻ thông minh, năng động nhưng không đủ tinh thần đồng đội, vì thế đều có thể soạn rất tốt chương trình đơn giản nhưng lại không soạn tốt chương trình lớn". Khi công ty Microsoft Mỹ nghiên cứu và khai thác hệ điều hành Windows XP, có 500 kỹ sư lập trình phấn đấu trong suốt 2 năm với 5 triệu dòng mã số.

Khai thác phần mềm cần sự phối hợp nhịp nhàng giữa các nhân viên thuộc các bộ phận khác nhau, có tính cách khác nhau, nếu thiếu nhân tài có khả năng lãnh đạo, thiếu tinh thần đồng đội thì khó có thể thành công".

Không chỉ riêng Microsoft coi trọng tinh thần đồng đội, bất kỳ doanh nghiệp nào khi tuyển dụng nhân viên đều xem khả năng "hợp tác đồng đội" là một thước đo tiêu chuẩn vô cùng quan trọng. Người không thể hợp tác hài hòa với đồng nghiệp, không có ý thức đồng đội thì dù có năng lực rất tốt cũng khó có thể phát huy hết những lợi thế của mình trong công việc, thậm chí khó có chỗ đứng trong giới nhân viên.

Một công ty trong bảng danh sách 500 doanh nghiệp mạnh hàng đầu thế giới của Mỹ tổ chức tuyển nhân viên quản lý cao cấp, 9 ứng cử viên xuất sắc đã vượt qua các vòng sơ khảo, đánh bại hàng trăm đối thủ trong cả nước để bước vào vòng phúc khảo do đích thân Tổng giám đốc làm giám khảo.

Sau khi xem lý lịch cũng như thành tích vòng sơ khảo của 9 người một cách kỹ lưỡng, Tổng giám đốc tỏ ra rất hài lòng. Nhưng lần này công ty chỉ cần tuyển 3 nhân viên. Vì thế, Tổng giám đốc đặt ra câu hỏi cuối cùng cho cả 9 người.

Ông bắt thăm ngẫu nhiên và chia 9 người ra làm ba nhóm A, B, C, chỉ định 3 người nhóm A đi điều tra thị trường đồ dùng dành cho trẻ sơ sinh, 3 người nhóm B điều tra thị trường đồ dùng dành cho phụ nữ mang bầu, 3 người nhóm C điều tra thị trường đồ dùng dành cho người già.

Ông giải thích: "Lần này chúng tôi cần tuyển người để khai thác thị trường, vì vậy các bạn cần phải có khả năng quan sát thị trường nhạy bén. Tôi phân công mọi người điều tra những lĩnh vực trên để xem khả năng thích nghi của các bạn đối với ngành nghề mới. Mỗi thành viên của các nhóm đều cần cố gắng hết mình!". Khi sắp rời đi, ông còn bổ sung một câu: "Để giúp các bạn không triển khai điều tra một cách mù quáng, tôi đã bảo thư ký chuẩn bị một số tài liệu có liên quan, các bạn có thể đến đó nhận về xem!".

Hai ngày sau, 9 người đều trình lên Tổng giám đốc bản báo cáo phân tích thị trường của mình. Sau khi xem xong Tổng giám đốc đứng dậy, đi về phía 3 người nhóm C, bắt tay từng người một và chúc mừng họ: "Chúc mừng 3 bạn, các bạn đã được nhận vào công ty từ hôm nay!". Thấy ánh mắt và vẻ mặt ngơ ngác không hiểu chuyện gì đang xảy ra của cả 9 người, Tổng giám đốc bật cười và nói: "Mời các bạn mở số tài liệu thư ký đã chuẩn bị ra và cùng nhau xem".

Hóa ra, tài liệu mỗi người nhận được đều không giống nhau, tài liệu của 3 người nhóm A lần lượt là báo cáo phân tích thị trường đồ dùng dành cho trẻ sơ sinh trong quá khứ, hiện tại và tương lai. Tài liệu của hai nhóm còn lại cũng tương tự như vậy.

Tổng giám đốc nói: "3 bạn nhóm C đã rất thông minh, biết trao đổi tài liệu với nhau để bổ sung cho bản báo cáo phân tích của mình. Còn 6 bạn trong 2 nhóm A và B lại tách nhau ra, xa rời đồng đội, ai làm việc người nấy. Sở dĩ tôi đặt ra yêu cầu này, mục đích sau cùng và cốt yếu nhất là muốn xem ý thức hợp tác tập thể của các bạn ra sao. Nguyên nhân thất bại của hai nhóm A, B chính là ở đây, các bạn không có sự hợp tác, trao đổi, bỏ qua sự tồn tại của đồng đội. Các bạn nên biết, tinh thần hợp tác tập thể mới là yếu tố đảm bảo để doanh nghiệp thành công".

Doanh nghiệp hiện đại cần tinh thần hợp tác hơn bất cứ thời điểm nào trong quá khứ, cùng chia sẻ nguồn tài nguyên, cùng chia sẻ nguồn thông tin mới có thể tạo ra sản phẩm chất lượng cao, dịch vụ chất lượng cao. Đặc biệt, mỗi thành viên trong tập thể đều có mặt mạnh mặt yếu của riêng mình, nếu biết bổ sung hỗ trợ hợp tác lẫn nhau thì hợp lực tạo ra chắc chắn lớn hơn sức mạnh tổng hợp của hai người. Đây chính là nội dung định lý "1+1>2". Một doanh nghiệp coi trọng tinh thần hợp tác mới có khả năng giành chiến thắng trong cuộc cạnh tranh về thị trường khốc liệt. Đối với doanh nghiệp hiện nay, nhân viên có tinh thần tập thể hay không sẽ ảnh hưởng trực tiếp tới sự sinh tồn và phát triển của doanh nghiệp. Sở dĩ KFC có thành công rực rỡ như ngày hôm nay, một trong những kinh nghiệm là sở hữu một tập thể xuất sắc.

Là một cá thể, cho dù bạn tài hoa bậc nhất, không có gì không thể làm được, nhưng nếu không biết cách dựa vào sức mạnh tập thể, chỉ dựa vào bản thân, bạn sẽ rất khó lập nên thành tích khiến tất cả mọi người hài lòng.

Hòa mình vào tập thể

Là một cá thể, chỉ khi nào hòa nhập được vào tập thể, biết dựa vào sức mạnh tập thể, bạn mới có thể giải quyết ổn thỏa những vấn đề trắc trở mà một mình bạn không thể giải quyết.

Sau khi tốt nghiệp đại học, một nam thanh niên tham gia thi tuyển vào một doanh nghiệp. Ngày đầu tiên đi làm, lãnh đạo của anh phân công cho anh nhiệm vụ xác định phương án quảng cáo cho một doanh nghiệp nổi tiếng.

Đích thân lãnh đạo phân công, giao phó, người thanh niên không dám lơ là, lập tức vùi đầu làm việc. Một mình anh dò dẫm, tìm tòi hơn nửa tháng nhưng vẫn chẳng tìm ra phương án nào. Hiển nhiên, đây là công việc anh khó có thể hoàn thành một mình. Mục đích lãnh đạo giao cho anh công việc này là để kiểm tra xem anh có tinh thần hợp tác tập thể hay không, nhưng người thanh niên này dường như không biết cách hợp tác, vừa không hỏi ý kiến lãnh đạo cấp trên, vừa không biết cách hợp tác cùng làm việc với đồng nghiệp. Chỉ dựa vào khả năng bản thân, đương nhiên anh không thể đưa ra một phương án đủ tiêu chuẩn.

Muốn đứng vững trong các công ty hiện đại, cách làm sáng suốt nhất là tận dụng sức mạnh tập thể. Đoàn kết mới làm nên sức mạnh lớn.

Tuy nhiên, một số người chỉ biết làm việc mà không biết hợp tác. Họ thà một mình vùi đầu vào công việc chứ nhất định không chịu giao lưu thân thiết với đồng nghiệp. Những người như vậy, muốn đơn thương độc mã đạt đến đỉnh cao sự nghiệp là điều không thể. Vì vậy, khi bạn tiêu tốn không biết bao nhiêu sức lực mới có được một chút đột phá thì người khác đã vượt xa bạn rất nhiều.

Trong thời đại tôn vinh cá tính khiến tính tập thể bị lụi tàn, rất nhiều ông chủ của các doanh nghiệp ngày càng coi trọng các nhân viên có ý thức tập thể. Họ nói: "Càng ngày chúng tôi càng cần gấp những nhân viên có tinh thần tập thể cao, biết hợp tác có hiệu quả để nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp".

Một chuyên gia quản lý nguồn nhân lực chỉ rõ: "Những biểu hiện tự cao tự đại phổ biến trong công việc của thanh niên thời nay khiến họ cảm thấy vô cùng khó khăn và chậm chạp khi hòa nhập vào môi trường làm việc. Họ thiếu tinh thần hợp tác tập thể, các dự án đều tự mình thực hiện, không muốn bắt tay làm việc với đồng nghiệp, dẫn tới kết quả là mỗi người đưa ra một phương án khác nhau nhưng lại chẳng có tác dụng gì đối với công ty.

Thành công của một cá nhân không thể coi là thành công thực sự, thành công của tập thể mới là thành công lớn nhất. Chủ nghĩa cá nhân căn bản không thể tồn tại trong công ty, là một cá nhân trong tập thể, bạn có thể dựa vào tài năng bản thân để đạt được thành tích nhất định, nhưng tuyệt đối không thể đạt được thành công lớn hơn. Nếu biết cách hợp tác, hòa mình vào tập thể, biết dựa vào sức mạnh tập thể, bạn sẽ làm tốt tất cả những công việc mà nếu làm một mình thì bạn không thể hoàn thành, ông chủ cũng sẽ vì thế mà nhìn bạn bằng ánh mắt khác, có thể còn thăng chức cho bạn.

Cùng dốc sức vì một mục tiêu vượt trội

Bill Gates nói: "Làm việc trong xã hội, nếu chỉ đơn thương độc mã, không dựa vào sức mạnh tập thể thì sẽ không thể đạt được thành công thực sự. Rõ ràng đây là thời đại cạnh tranh, nếu biết cách hội tụ sức mạnh và kiến thức của mọi người để cùng giải quyết một công việc, chúng ta chắc chắn sẽ chiến thắng."

Bất kỳ phòng ban nào của Microsoft đều có một câu danh ngôn như sau: "Không có ông chủ hay nhân viên vĩnh cửu". Ông chủ và nhân viên cùng trong một công ty, không chỉ cùng làm việc mà còn cùng chia sẻ thành công và thất bại, niềm vui và nỗi buồn. Điều này làm cho ý thức tập thể của mỗi nhân viên Microsoft đều được nâng lên rất cao: họ ý thức rằng, thành bại đều là tài sản chung của tập thể; học hỏi lẫn nhau, kịp thời trao đổi, ủng hộ, hỗ trợ lẫn nhau, động viên nhau khi gặp khó khăn; dựa vào trí tuệ tập thể, thừa nhận và cảm ơn sự cống hiến cũng như giúp đỡ của đồng đội; sẵn sàng đảm nhiệm vai trò phối hợp. Tập thể có ý thức đoàn kết, hợp tác cao độ, mạnh mẽ như vậy sẽ tạo nên chí khí vươn lên tích cực, chí khí này khiến nhân viên Microsoft mỗi khi phải đối diện với trắc trở đều dũng cảm vượt lên, không e ngại hay rụt rè. Có lẽ đây chính là bí quyết giữ gìn sức trẻ mãi mãi của Microsoft.

Bill Gates cho rằng, mỗi người trong tập thể đều quan trọng như nhau, khi họ có tinh thần tập thể thì sẽ có thể cùng nhau dốc sức vì một mục tiêu vượt trội.

Bất kỳ công ty nào muốn phát triển và lớn mạnh đều cần dựa vào sự hợp tác có hiệu quả của nhân viên. Khi thực hiện một dự án, tất cả các nhân vật đều có thể đoàn kết hợp tác thành một khối thống nhất mang tính tích cực cao, cùng dốc sức hành động vì một mục tiêu chung.

Kiểu nhân viên "chỉ biết bản thân, không biết tập thể" sẽ không được ông chủ và đồng nghiệp hoan nghênh. Nhân viên xuất sắc cần thường trực tinh thần hợp tác tập thể, có thể đoàn kết, hợp tác, giúp đỡ, nỗ lực cùng các nhân viên khác để thực hiện mục tiêu phấn đấu chung của doanh nghiệp. Khi xảy ra xung đột giữa lợi ích cá nhân và lợi ích tập thể, nhân viên cần lấy đại cục làm trọng chứ không nên coi mình làm trung tâm.

Trong một doanh nghiệp, gần như không có việc nào mà một cá nhân có thể tự mình hoàn tất một cách mỹ mãn, phần đông mọi người đều chỉ đảm nhiệm một phần công việc trong chuỗi phân công cao độ. Chỉ khi dựa vào sự hợp tác giữa toàn thể nhân viên trong công ty, chỉ khi toàn thể nhân viên không phân biệt cấp bậc trong công ty đồng tâm hiệp lực, dốc sức vì một mục tiêu chung mới có thể làm nên thành tích và đạt được thành công cuối cùng.

5. GIÚP ÔNG CHỦ THÀNH CÔNG THÌ BẠN MỚI CÓ THỂ THÀNH CÔNG

Bill Gates nói: "Microsoft thích tuyển dụng người thông minh, bởi những người xuất sắc hơn chúng tôi càng có thể giúp chúng tôi đạt được thành công lớn hơn".

Thực tế quả đúng như vậy. Ở Microsoft, những nhân viên giúp Bill Gates đạt đến thành công thì bản thân cũng đạt được thành công vô cùng rực rỡ. Sau khi cổ phiếu công ty Microsoft vào thị trường, Bill Gates rất nhanh đã trở thành tỷ phú hàng đầu thế giới, không ít nhân viên cùng ông phấn đấu bao năm cũng bỗng chốc trở thành triệu phú. Trong bãi đỗ xe của công ty Microsoft, luôn có hàng dãy xe sang trọng cao cấp các loại của các thương hiệu nổi tiếng như Porsche, Mercedes-Benz, Ferrari, thậm chí còn có xe thuộc dòng Rolls-Royce, vì thế chúng ta cũng khó có thể nhận ra xe của Bill Gates khi xe ông lẫn trong đám đông đó.

Bill Gates là tỷ phú hàng đầu thế giới không chỉ bởi tiền lương mà còn bởi ông sở hữu 25% số cổ phiếu của công ty. Khi giá cổ phiếu của Microsoft tăng liên tục bền vững, tài sản của Bill Gates tăng lên như "thuyền lên theo nước". Tương tự như vậy, rất nhiều nhân viên có cổ phần trong công ty cũng trở thành triệu phú (Năm 1994, số lượng nhân viên triệu phú này là 3.000 người).

Trong thời đại ngày nay, thành công của cá nhân được xây dựng trên cơ sở thành công của tập thể, không có sự phát triển nhanh chóng và lợi nhuận cao của doanh nghiệp, chúng ta cũng không thể đạt được mức lương hậu hĩnh. Thành công của doanh nghiệp đồng nghĩa với thành công của ông chủ, cũng đồng nghĩa với thành công của nhân viên. Quan hệ giữa nhân viên và công ty là "cùng vinh cùng nhục". Nếu công ty không có lợi nhuận, công ty phá sản thì người bị thiệt hại đương nhiên là ông chủ, nhưng nhân viên cũng sẽ không có lương, thậm chí còn chịu cảnh thất

nghiệp.

Giúp ông chủ đạt được thành công

Có rất nhiều cách giúp ông chủ của bạn đạt được thành công, như ủng hộ ông chủ, giúp ông chủ giải quyết một số vấn đề khó khăn v.v…

William Ramsay là trợ lý của một Giám đốc điều hành thị trường quốc tế. Một ngày anh nhận nhiệm vụ khẩn cấp: Chuẩn bị sẵn sàng biểu đồ zíc zắc thể hiện sự tiến triển của nghiệp vụ công ty theo ghi chép tay của ông chủ. Khi bắt tay vào làm biểu đồ, anh chú ý thấy ông chủ viết rằng: "Đồng đô la Mỹ đứng yên thì xuất khẩu sẽ tăng lên". William Ramsay biết thực tế hoàn toàn ngược lại. Anh liền thông báo cho ông chủ, nói rằng mình đã sửa lại nhầm lẫn này.

Ông chủ cảm ơn William Ramsay vì anh đã kịp thời phát hiện sơ suất này. Sau khi báo cáo được trình lên Hội đồng quản trị không một sai sót nào, ông chủ một lần nữa cảm ơn sự cố gắng của William Ramsay. Không bao lâu sau, lương tháng của William Ramsay đã tăng lên gấp đôi.

Bất kỳ ông chủ nào cũng không thể thông thạo mọi việc, sẽ có lúc gặp phải một số vấn đề khó giải quyết trong công việc. Những vấn đề khó giải quyết đó có thể gây ảnh hưởng đến sự phát triển của công ty, cản trở ông chủ vươn đến thành công. Lúc này bạn cần dũng cảm đứng ra giúp ông chủ giải quyết các vấn đề đó.

Carl là một trợ lý thuộc văn phòng trung tâm ngoại ngữ, còn Rogge, cấp trên của anh phụ trách công tác quản lý giáo viên và học sinh. Hệ thống điểm danh vô cùng lạc hậu của trung tâm khiến học sinh thường xuyên chịu cảnh chưa đăng ký học đã bị ghi tên, dẫn tới hiện tượng quá tải tại nhiều lớp học, trong khi đó phòng học lại nhỏ hẹp, trung tâm đối mặt với nguy cơ phải giải tán.

Rogge gánh trọng trách cải tiến hệ thống điểm danh, Carl đã tự mình bôn ba khắp nơi, lập nhóm chiến lược, chịu trách nhiệm nghiên cứu, khai thác một hệ thống điểm danh mới. Rogge vui vẻ đồng ý với sáng kiến của Carl, thế là nhóm chiến lược đã được thành lập và một hệ thống điểm danh điện tử mới được cải tiến về nhiều mặt đã ra đời. Trong lần cải cách bộ máy tổ chức diễn ra không sau đó, Rogge được thăng chức thành Chủ nhiệm trung tâm, theo đó, Carl cũng được đề bạt làm Phó Chủ nhiệm. Rogge rất hài lòng và không ngớt lời khen ngợi về việc hệ thống điểm danh điện tử vận hành thành công, mang lại hiệu quả rõ rệt sau khi đưa vào sử dụng.

Công ty thành công, tự nhiên bạn cũng sẽ thành công

Cùng chung vai gánh vác, cùng hưởng vinh quang, cùng chia sẻ thất bại với công ty, toàn tâm toàn ý làm việc là sứ mệnh của một nhân viên. Khi coi công ty là của mình, công ty thành công, tự nhiên bạn cũng sẽ đạt được thành công.

Trương Dung chỉ là nhân viên đánh máy của một công ty nhà đất, cô luôn bận ngập đầu với đống tài liệu gõ mãi không hết, cô biết, làm việc nghiêm túc, cần cù có lẽ là điều kiện duy nhất để cô cạnh tranh, thể hiện mình vượt trội so với người khác.

Một năm sau, thị trường nhà đất đột nhiên tuột dốc, số tiền 20 triệu Nhân dân tệ do Tổng giám đốc đầu tư vào một công trình bị ngưng đọng một chỗ. Vốn quay vòng gặp khó khăn, lương tháng của nhân viên cũng bị cắt giảm, rất nhiều nhân viên bắt đầu rời bỏ công ty. Vào thời điểm khó khăn nhất, nhân viên phòng thư ký Tổng giám đốc công ty chỉ còn lại một mình cô. Khối lượng công việc tăng vụt, ngoài đánh máy chữ, cô còn phải nghe điện thoại và chỉnh lý tài liệu cho ông chủ. Nhưng cô không một lời kêu ca, oán trách, vẫn trước sau như một giúp công ty vạch ra nhiều kế hoạch.

Một ngày, Trương Dung nói với Tổng giám đốc: "Thưa ông, công ty của chúng ta đâu có sụp đổ, chúng ta không cần phải âu sầu như thế này. Ở Chu Hải, công ty chúng ta chẳng phải vẫn còn một dự án chung cư đó sao? Chỉ cần làm tốt, dự án này có thể giúp công ty chúng ta khôi phục diện

mạo ban đầu”.

Trương Dung vừa nói dứt lời, liền trình lên kế hoạch dự án tại Chu Hải. Tổng giám đốc cúi đầu xem xét một lúc lâu, sau đó ngẩng đầu, thốt lên với vẻ mặt đầy kinh ngạc: “Kế hoạch của cô hay quá!”.

Vài ngày sau, Tổng giám đốc cử Trương Dung đến Chu Hải theo sát dự án này. Hai tháng sau, toàn bộ chung cư không nằm ở vị trí bắt mắt này bắt đầu được đưa ra bán trên thị trường. Cô trở về công ty với số tiền 38 triệu Nhân dân tệ thu được sau khi dự án kết thúc.

Công ty bắt đầu khởi sắc. 4 năm sau, Trương Dung lên chức Phó Tổng giám đốc công ty, giúp Tổng giám đốc hoàn thành một số dự án vô cùng xuất sắc, giúp công ty kiếm hơn 6 triệu Nhân dân tệ và tham gia thị trường cổ phiếu trong nửa năm tiếp đó.

Sau này, khi công ty tiến hành cổ phần hóa, Tổng giám đốc trở thành Chủ tịch Hội đồng quản trị, Trương Dung vươn lên vị trí Tổng giám đốc công ty mới. Trong một buổi họp nhân viên, Chủ tịch Hội đồng quản trị nhất định muốn Trương Dung phát biểu vài lời trước hàng trăm nhân viên có mặt trong buổi họp. Cô nói: “Trên đời có một số đạo lý luôn đi liền với nhau. Những năm qua tôi luôn tâm niệm một điều duy nhất là: giúp công ty thành công, giúp ông chủ thành công, chúng ta mới có thể giành được thành công!”.

Người luôn từng giờ từng khắc đồng hành với ông chủ và giúp đỡ ông chủ đạt được thành công chắc chắn sẽ là lực lượng trung kiên của doanh nghiệp, bản thân họ cũng trở thành người thành công khiến người khác phải ngưỡng mộ.

CÓ TẦM NHÌN XA VÀ RỘNG, KHÔNG NGỪNG NÂNG CAO KIẾN THỨC VÀ TAY NGHỀ CHUYÊN MÔN

goài việc cần có một khả năng quan sát nhạy bén tất cả các sự vật xung quan, bạn cần nắm vững một kiến thức và tay nghề chuyên môn nào đó. Đặc biệt, những công ty lớn thường yêu cầu nhân viên nhanh chóng nắm bắt kỹ thuật chuyên môn. Không ai có thể đảm bảo kiến thức chuyên ngành, kỹ năng tay nghề chuyên môn đang có hiện nay vẫn có thể thích hợp với công việc trong tương lai, vì thế, tinh thần ham học hỏi là điều vô cùng quan trọng.

Khả năng quan sát chính là năng lực nhận thức thấu đáo đối với bản chất cũng như xu hướng phát triển của sự vật. Bill Gates luôn nhấn mạnh, một nhân viên xuất sắc, cần có khả năng quan sát nhạy bén tất cả các sự vật xung quanh. Bởi vì nhân viên có khả năng quan sát, có tầm nhìn xa rộng có thể thường xuyên cập nhật kỹ năng mới, tránh để kỹ năng lão hóa. Quan trọng hơn là, khi có khả năng quan sát, một nhân viên sẽ có nhận thức đầy đủ, toàn diện về sở thích, ưu thế cũng như nhược điểm của mình. Những nhận thức đó gắn liền với mục tiêu nghề nghiệp của họ, đồng thời cũng gắn liền với mục tiêu lâu dài của công ty.

Chỉ khi có khả năng quan sát mới có thể nắm bắt nhịp đập của thời đại cũng như phương hướng phát triển của bản thân. Khả năng quan sát vô cùng quan trọng đối với bất kỳ ai.

Khả năng quan sát là điều kiện bắt buộc để đi đến thành công. Rất nhiều người vốn đã thành công nhưng vì mất đi khả năng quan sát đối với sự vật xung quanh nên làm cho sự nghiệp của mình quay lại vạch xuất phát ban đầu.

Thập niên sáu mươi, bảy mươi của thế kỷ 20, công ty máy tính nổi tiếng nhất của Mỹ là một công ty thiết bị số do Ken Olsen sáng lập có tên là DEC. Ken Olsen là một kỹ sư thiết kế phần cứng truyền kỳ, là một người chỉ có thể nhìn ngắm từ xa mà không thể tiếp cận. Năm 1960, ông phát minh và cho ra đời “máy tính nhỏ” đầu tiên, từ đó hình thành nền công nghiệp máy tính nhỏ. Theo đà phát triển vũ bão, trong vài năm ngắn ngủi, ông đã sở hữu công ty với số vốn lên tới 6, 7 tỷ đô la Mỹ.

Sau 20 năm, khả năng quan sát của Ken Olsen dường như gặp trục trặc. Ông không nhìn ra tiền đồ phát triển của máy tính màn hình nhỏ. Kết quả là ông đã thất bại. Giờ đây, phần đông mọi người cho rằng, ông thất bại chủ yếu là vì luôn công khai coi máy tính cá nhân như một thứ đồ chơi thời thượng.

Giống như Ken Olsen, một số nhà doanh nghiệp nổi tiếng từng đạt nhiều thành công khác như Vương An, nhà phát minh vĩ đại thứ 69 sau Anderson, từng được bầu chọn là 1 trong số 12 người dân di cư xuất sắc nhất nước Mỹ; hay thậm chí người phụ trách của hãng máy tính được mệnh danh là “người khổng lồ màu xanh” IBM, hay người thống trị cao nhất của công ty Apple cũng mất đi khả năng quan sát xa rộng. Vì mất khả năng quan sát, sự nghiệp của họ bị tổn thất nghiêm trọng, thậm chí có người còn đi đến phá sản. Còn Bill Gates lại nhờ khả năng quan sát phi thường của mình, vào đúng thời điểm những người khổng lồ kia gặp thất bại, thừa cơ hoàn thành bước đi quan trọng cần thiết trong sự nghiệp lập nghiệp.

Nhìn thế giới bằng kính viễn vọng

Người có khả năng quan sát thường có tầm nhìn xa và rộng hơn những người khác, có dũng khí và niềm tin mạnh mẽ.

19 tuổi thành lập công ty Microsoft, khi đó mọi người không coi trọng Bill Gates, nhưng bằng tầm nhìn xa rộng, sáng suốt, ông đã kết hợp thiết bị xử lý Microsoft và phần mềm, thay đổi tình trạng máy tính lớn chiếm phần lớn thị trường, thúc đẩy cuộc cải cách máy tính cá nhân. Thành công của Bill Gates không phải là một câu chuyện thần thoại, ông đã quan sát thấy quy luật phát triển tất yếu của ngành công nghệ thông tin, điều ông quan tâm là thị trường và sức cạnh tranh lâu dài. Chính nhờ khả năng quan sát dài kỳ này, Bill Gates không chỉ tạo nên thành công của riêng bản thân, chính ông đã đưa con người bước vào một kỷ nguyên mới.

Khi nói về thành công của bản thân, Bill Gates từng nói: "Mọi người thường yêu cầu tôi giải thích về sự thành công của Microsoft. Mọi người muốn biết bí quyết để công ty của chúng tôi từ 2 người với số vốn ít ỏi, kinh doanh quy mô nhỏ phát triển thành công ty với hơn 20 nghìn nhân viên và doanh thu tiêu thụ vượt quá 6 tỷ đô la Mỹ/năm. Đương nhiên tôi không thể đưa ra một câu trả lời đơn giản, ví dụ như vận may cũng là một yếu tố, tuy nhiên tôi nghĩ, yếu tố quan trọng nhất vẫn là khả năng quan sát nhạy bén và tầm nhìn xa rộng của chúng tôi. Chúng tôi luôn nhìn thế giới bằng kính viễn vọng".

Trên thực tế, chính nhờ dự kiến đánh giá đúng về công nghệ tương lai, Bill Gates đã lựa chọn đúng, chính xác thời điểm khởi điểm để có thành công hôm nay. Giống như ông miêu tả: "Chúng tôi chỉ nhìn lướt một lát rồi đặt ngay đồ vật cạnh intel 8008, rồi làm việc ngay trên đó. Chúng tôi tự hỏi: "Nếu việc sử dụng máy tính gần như miễn phí thì sẽ ra sao?". Chúng tôi tin rằng, do giá máy tính ngày càng rẻ, cộng thêm các phần mềm hỗ trợ đắc lực để tận dụng ưu thế của phần cứng, máy tính sẽ phổ biến khắp nơi. Khi mọi người đều chưa bắt đầu thực hiện thì chúng tôi đã đánh cược dựa trên cơ sở phần cứng máy tính cá nhân, đồng thời sản xuất phần mềm máy tính cá nhân, từ đó xây dựng "vương quốc" của chúng tôi. Khả năng quan sát ban đầu của chúng tôi khiến tất cả những gì vốn bị coi là thừa khi đó đã trở nên dễ dàng hơn bao giờ hết. Có thể nói, khi đó chúng tôi đã hội tụ đủ các điều kiện "thiên thời địa lợi nhân hòa". Vì thế chúng tôi nhanh chóng đặt bước chân đầu tiên vững chắc và đạt được thành công lớn".

Đến năm 1995, công ty Microsoft làm bá chủ thị trường máy tính cá nhân nhờ hệ thống thao tác và phần mềm. Khi đó, Bill Gates dường như đã mắc một vài lỗi tương đối nghiêm trọng, ví như ông không kịp thời ý thức được sự góp mặt của Internet sẽ khiến cả ngành công nghệ thông tin và nền kinh tế thế giới xảy ra cuộc cách mạng mang tính căn bản. Tuy nhiên, do ông luôn giữ được sự nhạy bén đối với thế giới xung quanh và kịp thời tiếp thu ý kiến của người khác nên đã thay đổi cách nhìn, điều chỉnh toàn diện chiến lược của Microsoft.

Khi phát hiện ra lỗi sai của bản thân, Bill Gates lập tức viết một bức thư điện tử gửi đến hơn 20 nghìn nhân viên dưới quyền. Nhan đề của lá thư là "Cơn sóng dữ Internet", thay cho tuyên ngôn của thời đại mới, mạng internet sẽ thay đổi sản phẩm của chúng ta một cách triệt để. Ông còn ra lệnh cho nhân viên của mình bắt đầu công việc ngay từ sáng hôm sau, đó là xóa bỏ toàn bộ các phần mềm trong ổ cứng máy tính của họ để tiện cho việc bắt đầu lại từ đầu. Sáng hôm đó, Microsoft trải qua một phen hỗn loạn chưa từng có, rất nhiều người tỏ ra không hài lòng, bởi vì rất nhiều nhóm sản phẩm mang lại lợi nhuận lớn đều bị giải tán. Hàng trăm hàng nghìn kỹ sư đành phải làm quen lại với môi trường làm việc mới ở những văn phòng mới. Nhưng chẳng bao lâu sau, họ đều công nhận Bill Gates đã đúng.

Tháng 12 năm 1995, trong một hoạt động lớn của Microsoft, Bill Gates tuyên bố cho biết, công ty Microsoft dự định tham gia toàn diện vào cuộc chiến chiếm lĩnh thị trường trong thời đại mạng internet và nhất định sẽ chiến thắng trong cuộc chiến này. Công ty Microsoft sẽ sản xuất thiết bị sử dụng mạng, thiết bị phục vụ mạng và tiến hành mạng hóa tất cả các sản phẩm hiện có. Từ giây phút đó, mỗi nhân viên của trụ sở công ty Microsoft đều bước vào thời đại mạng internet. Trong khuôn viên gồm 35 tòa nhà của công ty, mỗi ngóc ngách đều đang tiến hành công tác khai thác dự án mạng. Bill Gates nói: "Hiện nay, mạng internet trở nên vô cùng quan trọng đối với chúng tôi, nó sẽ kéo theo tất cả. Phần mềm nào của chúng tôi cũng đều là sản phẩm chính".

Trong lịch sử, dường như rất ít ai có thể dự toán tương lai của ngành công nghệ thông tin. Nhưng Bill Gates đã viết nên câu chuyện thần thoại mang tên Microsoft chính nhờ khả năng quan sát đặc biệt xuất chúng này.

Có tầm nhìn xa mới có thể nhanh hơn tương lai một bước

Một nhân viên muốn giành thắng lợi trong thời đại cạnh tranh cần có khả năng quan sát, có tầm nhìn xa rộng đối với sự phát triển của sự vật, chỉ khi nhanh hơn tương lai một bước mới có thể đi trước thời đại, vươn tới thành công.

Có một câu chuyện kể rằng, một thanh niên cùng nhiều người khác tiến hành đào núi, khi mọi người đập các tảng đá to thành đá vụn, vận chuyển sang bên đường bán cho người xây nhà, thì người thanh niên lại trực tiếp vận chuyển đá lớn đến bến cảng bán cho thương nhân trong thành phố. Đá ở đây luôn có hình thù vô cùng quái dị nên anh cho rằng bán nhiều đá không bằng bán đá có hình dáng đặc biệt. 3 năm sau, anh là người đầu tiên trong thôn xây được nhà tầng.

Sau này, khi không còn được phép khai thác đá, chỉ được trồng cây, nơi đây biến thành một vườn quả. Vườn lê thơm lừng rộng bát ngát mời gọi thương nhân mọi miền, họ vận chuyển những sọt lê đầy ắp, cao ngất như núi đến Bắc Kinh, Thượng Hải, sau đó xuất khẩu sang Hàn Quốc, Nhật Bản. Lê được trồng ở nơi đây không những nhiều nước, mà thịt lê còn rất giòn, không lê nơi đâu sánh bằng.

Khi những vườn lê trĩu quả đang mang tới cho người dân nơi đây cuộc sống khấm khá từng ngày thì người thanh niên từng bán đá năm nào, từng sở hữu những vườn lê sai trĩu quả không kém bất kỳ ai trong thôn lại quyết định chặt lê trồng liễu. Vì anh phát hiện, thương nhân đến mua lê không khó để chọn được những vườn lê ngon, họ chỉ đau đầu vì không mua được sọt đựng lê. 5 năm sau, anh trở thành người đầu tiên mua được nhà trên thành phố.

Sau đó, một tuyến đường sắt nối hai đầu nam bắc chạy qua đây, thôn nhỏ cũng bắt đầu mở cửa, khi một số người cùng góp vốn lập xưởng thì người nông dân năm nào lại xây một bức tường cao 3 mét, dài trăm mét. Bức tường này đối diện với đường ray, song song với hàng liễu xanh ngắt, hai bên là vườn lê rộng trăm mẫu không nhìn thấy đường chân trời. Những ai ngồi tàu qua đây, khi đang ngắm hoa lê nở rộ đột nhiên nhìn thấy bốn chữ lớn “Co-ca Co-la”. Tương truyền, đây là quảng cáo duy nhất trong phạm vi 500 dặm, người chủ bức tường hàng năm đều thu được 40 nghìn Nhân dân tệ phí quảng cáo nhờ bức tường đặc biệt này.

Cuối thập niên 90 của thế kỷ 20, đại diện khu vực châu Á của công ty Toyota Nhật Bản đến Trung Quốc khảo sát, khi ngồi tàu chạy qua thôn miền núi này, nghe kể câu chuyện ông đã vô cùng kinh ngạc trước đầu óc kinh doanh hiếm thấy của nhân vật chính, lập tức quyết định xuống tàu đi tìm người đó và mời anh về công ty với mức lương hàng triệu Nhân dân tệ.

Tại sao người thanh niên thành công? Ngoài đầu óc kinh doanh sắc sảo, anh còn có khả năng quan sát cơ hội trong tương lai, anh có tầm nhìn xa rộng, luôn đi trước thời đại một bước, vì thế luôn đạt được thành công. Bill Gates nói: “Người sẵn sàng thử nghiệm sự vật mới, biết đầu tư vào ngành nghề mới, tìm kiếm thị trường mới, hơn nữa luôn đi trước tương lai một bước, có hoài bão, có khả năng quan sát nhạy bén mới có thể nắm bắt cơ hội thành công, mới được gọi là người thành công”.

Trong các công ty hiện đại, muốn trở thành người “không đổ”, quan trọng nhất là tầm nhìn “đi trước tương lai”, bởi vì chỉ khi có khả năng quan sát nhạy bén mới có thể nắm bắt thời cơ thành công, sau này mới có được thành công.

Trong giới đi làm ngày nay, là một nhân viên, nếu chỉ hài lòng với kiến thức hiện có, không

trau dồi học hỏi, không từng bước trưởng thành thì rất dễ và rất nhanh bị đào thải. Bill Gates nói: "Có một số người không có chí tiến thủ, an phận với hiện tại, không mưu cầu trưởng thành, người như vậy ngày càng mất giá trị trong công ty. Cần hiểu rằng, thâm vào vốn là điều đáng sợ nhất".

Không làm ếch "luộc"

Bill Gates từng kể cho nhân viên dưới quyền một câu chuyện như sau:

Trường Đại học Cornell Mỹ từng thực hiện một thí nghiệm nổi tiếng. Họ bất ngờ thả một chú ếch vào nồi dầu đang sôi sùng sục, chú ếch phản ứng nhanh nhẹn, trong giây phút quyết định sinh tử đã dùng toàn bộ sức lực nhảy ra khỏi nồi dầu đang sôi, thoát chết an toàn!

30 phút sau, họ lại dùng một chiếc nồi giống hệt, trong nồi chứa 4/5 nước lạnh, sau đó thả chú ếch vừa thoát nguy trong tích tắc vào nồi, chú ếch liền tung tăng bơi lội. Tiếp đó, nhân viên làm thí nghiệm nhẹ nhàng nhóm lửa từ từ, hâm nóng nồi nước. Chú ếch dường như không biết nguồn gốc sự việc, vẫn an nhàn tận hưởng cảm giác "ấm áp" trong nước, đến khi nó ý thức được nước trong nồi đã nóng đến mức không thể chịu đựng được, phải dốc sức nhảy ra khỏi nồi mới thoát chết thì đã quá muộn, nó muốn bứt lên cũng không còn sức, toàn thân đã tê liệt, đành ngậm ngùi chịu chết!

Trong giới đi làm, rất nhiều người hài lòng với công việc hiện có của mình, không muốn học thêm, cũng không muốn đón nhận thử thách của tương lai, lý tưởng càng ngày càng mơ hồ, chỉ mong hoàn thành công việc đúng thời hạn, không có bất cứ sai sót gì. Thời gian lâu dần, lười biếng chuyển thành nỗi sợ hãi vô hình, càng không dám đón nhận thách thức mới.

Trong thời đại biến đổi như bão táp hiện nay, thế giới đang thay đổi từng ngày, quan niệm, môi trường cũng đang thay đổi, đây là sự biến đổi về lượng, dù không đủ để khiến chúng ta cảm thấy hôm nay và hôm qua có gì khác biệt, nhưng khi biến đổi về lượng tích lũy đến một mức độ nhất định sẽ dẫn đến sự biến đổi về chất, giống như nước trong nồi luộc ếch nóng lên dần dần và bất ngờ sôi sùng sục, ếch đã chín.

Có những người chỉ cần hài lòng với hiện tại, sống bằng tâm niệm "được đến đâu hay đến đó", giống như cá không bơi nếu nước không chảy xiết. Họ tự cho rằng kiến thức học được đủ rộng, hoàn toàn có thể đáp ứng nhu cầu công việc. Họ không biết rằng, thế giới đang thay đổi từng ly từng tý, kiểu người không có chí tiến thủ, không tiếp xúc, theo đuổi, học tập sự vật mới thì sớm muộn sẽ có ngày bị đào thải.

Một vị bác sĩ mở phòng khám tư, công việc kinh doanh rất tốt, anh hài lòng với tay nghề hiện có. Tuy nhiên một vài năm sau đó, công việc kinh doanh của anh bắt đầu tuột dốc. Tại sao? Vì kể từ sau khi tốt nghiệp đại học y và mở phòng khám đến nay, mọi việc chẩn đoán và ghi đơn thuốc vẫn y như cũ. Anh không đoái hoài đến thiết bị y tế cũng như các loại thuốc mới ra đời, cũng không bớt chút thời gian đọc các loại tạp chí chuyên ngành mới, thiết bị trong phòng khám trở nên cũ kỹ, người bệnh không dùng thuốc cũ nữa. Vì thế mọi người không còn muốn đến phòng khám của anh, đều đổ dồn sang phòng khám do một bác sỹ trẻ mở ra ở ngay đối diện. Phòng khám đó có trang thiết bị y tế tối tân, đơn thuốc cũng đều là các loại thuốc mới phát minh. Vị bác sỹ già luôn cho rằng bản thân là sinh viên tốt nghiệp đại học y, sẽ không ai có thể cướp "cần câu cơm" của mình. Đến khi anh ý thức được tình hình, hối hận thì đã quá muộn, vì "hài lòng với hiện tại" và "không tiến bộ" anh đã từ một người thành công trở thành một điển hình của kẻ thất bại.

Không ngừng tiến lên mới có thể gặt hái quả ngọt thành công

Trong buổi tọa đàm tại trường Đại học Thanh Hoa, có sinh viên hỏi Bill Gates rằng: "Bí quyết thành công của ngài là gì?". Bill Gates trả lời dứt khoát: "Trí tuệ + nghị lực + cạnh tranh + chí tiến thủ". Trong điều kiện kinh tế tri thức, chỉ có không hài lòng với thực tế, tích cực tiến lên mới có thể gặt hái quả ngọt thành công.

Thế giới này đang thay đổi quá nhanh. Hôm nay bạn hài lòng, đắc ý với công việc hiện có nhưng có thể ngày mai khi tỉnh dậy lại phát hiện công việc đó không còn thuộc về bạn nữa. Có thể có người xuất sắc hơn thay thế bạn, cũng có thể do bạn không còn đủ năng lực đảm nhiệm công việc đó, cũng có thể do bản thân công việc đó không còn tồn tại nữa. Ngoài làm tốt công việc hôm nay, chúng ta cũng cần chuẩn bị sẵn sàng để đối mặt với cạnh tranh, thách thức của ngày mai. Chỉ những người không hài lòng với hiện tại, luôn tích cực tiến lên mới có thể theo kịp bước đi của thời đại mới.

Bất kỳ doanh nghiệp nào, bất kỳ ông chủ nào đều thích nhân viên chủ động, không ngừng học hỏi.

Khi tuyển nhân viên, Microsoft rất mực đề cao “người thông minh”. Kiểu “người thông minh” ở đây không cần phải là chuyên gia ở một lĩnh vực nào đó khi tham gia dự tuyển mà là “một người nắm bắt, học hỏi nhanh”, tích cực tiến lên, một người chủ động học hỏi nhiều kiến thức trong phạm vi công việc có liên quan trong thời gian ngắn, một người không ỷ lại vào công ty mà chủ động nâng cao tay nghề của bản thân.

Cần nhân viên “chủ động tiến lên” là tâm nguyện chung của các ông chủ. Những nhân viên có tinh thần này là trụ cột không thể thiếu cho sự tiến bộ của công ty. Thời đại kinh tế tri thức đồng nghĩa với việc không thể hài lòng với kiến thức hiện có. Cần làm mới và nâng cao bản thân, học quản lý, học kỹ thuật, học trong sách vở, học ngoài thực tế, không ngừng trau dồi kiến thức cuộc sống.

Lòng ham học và chí tiến thủ có vai trò vô cùng quan trọng đối với một nhân viên hiện đại và là điều kiện cơ bản để có chỗ đứng trong xã hội cạnh tranh khốc liệt ngày nay. Bất kỳ lúc nào cũng không nên có tư tưởng hài lòng với kiến thức hiện có để dẫn đến hiện tượng “thâm vào vốn”. Tư tưởng, hiện tượng không tốt này sẽ cản trở bước đường đi đến thành công. Một nhân viên chỉ giậm chân tại chỗ tất yếu sẽ trở nên không cần thiết, thậm chí thừa thãi đối với doanh nghiệp và ông chủ. Chỉ khi tự mình lên chiến lược, tự mình bồi dưỡng, chủ động tiến lên mới có thể trở thành người mà doanh nghiệp và ông chủ thật sự cần đến.

Kho tàng kiến thức của thế giới ngày nay có hai đặc điểm lớn: Một là, lượng kiến thức khổng lồ đến nỗi làm cho con người hoa mắt chóng mặt. Hai là, lượng kiến thức tăng trưởng, phát triển nhanh đến nỗi thiên biến vạn hóa từng ngày từng giờ, điều này làm cho sự lão hóa về nguồn nhân lực xảy ra nhanh hơn. Tầng lớp văn phòng phương Tây gần đây thịnh hành một định luật như sau: “Một năm không học tập thì 80% số kiến thức bạn có hiện nay sẽ bị lão hóa. Những gì hôm nay bạn còn chưa hiểu, ngày mai đã trở nên lỗi thời. Phần lớn quan niệm có liên quan trong thế giới ngày nay có thể sẽ trở thành quá khứ trong thời gian chưa đầy 2 năm nữa”.

Trong báo cáo hữu quan về kinh tế tri thức, Tổ chức Hợp tác kinh tế thế giới cho biết: “Trong nền kinh tế tri thức, việc học trở nên vô cùng quan trọng, có thể quyết định vận mệnh của cá nhân, doanh nghiệp, thậm chí của đất nước”. Với ý nghĩa này, có người gọi “kinh tế tri thức” là “kinh tế kiểu học tập”. Các công ty Microsoft, Intel đều hết sức coi trọng việc này, nỗ lực xây dựng doanh nghiệp thành một “tổ chức của học tập”, một “tổ chức khuyến khích sáng tạo”. Đây cũng là một yếu tố quan trọng để Microsoft thịnh hành trên toàn cầu. Đối với cá nhân, các chuyên gia có lời nhắc nhở: “Kiến thức nhân loại đổi mới quá nhanh, phải làm thế nào? Biện pháp duy nhất là không ngừng học tập và học tập suốt đời”.

Trong nền kinh tế tri thức, mỗi người thu được hoặc được phân phối bao nhiêu kiến thức phần lớn là do năng lực học tập của cá nhân, vì thế hình thành năng lực sản xuất tri thức của bản thân trở thành nhiệm vụ quan trọng nhất.

Không học không thể nâng cao năng lực của bản thân

Cạnh tranh ngày càng khốc liệt, sự so sánh về thực lực, năng lực sẽ càng ngày càng khắc nghiệt. Ai không học, người đó sẽ không thể nâng cao năng lực bản thân và trở nên lạc hậu. Trong giới nhân viên, có một số người không chịu học tập, không chịu nâng cao năng lực bản thân mà luôn than thở, trách móc công ty, ông chủ không coi trọng mình. Trên thực tế, vấn đề nằm ngay ở bản thân bạn, bạn không hình thành thói quen học tập, không nâng cao năng lực công tác của bản thân, ông chủ sao có thể để mắt tới bạn?

Peter rất không hài lòng với công việc hiện tại, anh luôn than thở với bạn bè rằng: “Ông chủ chẳng ngó ngàng gì đến mình, một ngày nào đó mình sẽ đập bàn ông ta và thôi việc luôn”.

Bạn bè liền hỏi anh: “Anh đã thật sự hiểu hết, hiểu rõ công ty thương mại đó chưa? Anh đã hoàn toàn thông thạo kỹ năng giao dịch thương mại quốc tế chưa?”.

Peter lắc đầu, nhìn bạn tỏ vẻ khó hiểu.

Người bạn liền khuyên Peter: “Quân tử báo thù 10 năm chưa muộn, mình khuyên bạn hãy hiểu rõ về hóa đơn chứng từ kinh tế và bộ máy tổ chức của công ty, thậm chí học cả cách chữa lỗi nhỏ của máy in, sau đó hãy thôi việc”.

Nhìn khuôn mặt tỏ vẻ không hiểu của Peter, người bạn liền giải thích: “Công ty là trường học miễn phí, sau khi bạn biết tất cả mọi việc mới bỏ đi, chẳng phải vừa trút được bực mình, lại vừa có nhiều thu hoạch không?”.

Peter nghe lời khuyên của bạn, từ đó âm thầm học hỏi, thậm chí hết giờ làm vẫn ở lại văn phòng nghiên cứu cách soạn thảo hợp đồng kinh tế.

Một năm sau, người bạn đó tình cờ gặp lại Peter, liền hỏi: “Bây giờ có lẽ bạn đã học được rất nhiều rồi nhỉ, đã chuẩn bị đập bàn báo thôi việc chưa?”.

Peter nói: “Nhưng tôi phát hiện ra, nửa năm qua ông chủ đã nhìn tôi bằng ánh mắt khác, dạo gần đây còn liên tục tăng lương cho tôi, thể hiện rõ sự coi trọng, tôi đã trở thành người nổi tiếng trong công ty rồi”.

“Mình sớm đã đoán được điều này”. Người bạn mỉm cười nói, “trước đây ông chủ không coi trọng bạn là vì bạn không đủ năng lực, lại không nỗ lực học tập; sau này bạn đã dày công học hỏi, năng lực công tác không ngừng được nâng cao, đương nhiên sẽ khiến ông chủ thay đổi cách nhìn về bạn”.

Trong công ty, so với việc oán trách ông chủ không coi trọng mình, chi bằng hãy nhìn lại bản thân, không ngừng nâng cao năng lực cá nhân.

Không ngừng học tập trong công việc

Ngày nay, để tìm được một công việc vừa ý không đơn giản, để có thể “đứng vững” trong công việc càng khó khăn gấp bội. Nếu không ngừng học tập để nâng cao kiến thức và năng lực cá nhân thì dù bạn đã từng là lão thành của công ty, dù bạn là thạc sỹ, tiến sỹ, nếu không đáp ứng được công việc thì không thể tạo ra giá trị lớn hơn cho công ty, ông chủ sẽ “sa thải” bạn vì lợi ích của công ty.

Muốn bứt phá trong môi trường làm việc cạnh tranh khốc liệt, bạn buộc phải không ngừng học tập, tích lũy kiến thức chuyên ngành, không ngừng học hỏi kỹ năng, tay nghề chuyên môn mới để hỗ trợ cho thành công tương lai.

Bà Carly Fiorina, “nữ CEO hàng đầu thế giới”, Chủ tịch hội đồng quản trị kiêm Giám đốc điều

hành công ty HP bắt đầu sự nghiệp từ vai trò của một thư ký. Bà đã làm thế nào để nâng cao giá trị bản thân, từng bước vươn tới thành công và cuối cùng vươn lên nổi bật trong thế giới quyền lực vốn do phái mạnh làm chủ?

Đáp án là không ngừng học tập trong công việc.

Carly Fiorina từng học luật, cũng từng học lịch sử và triết học, nhưng tất cả những thứ đó đều không phải là điều kiện bắt buộc đưa bà tới thành công cuối cùng. Carly Fiorina xuất thân không phải là người làm công nghệ, công ty HP lại là doanh nghiệp nổi tiếng nhờ sáng tạo mang tính đột phá trong công nghệ, vì thế, bà có được vị trí hôm nay là nhờ quá trình không ngừng học hỏi của bản thân.

Bà nói: "Không ngừng học hỏi là yếu tố cơ bản nhất của một CEO thành công. Không ngừng học hỏi chính là không ngừng tổng kết kinh nghiệm đã qua, không ngừng thích nghi với môi trường mới và thay đổi mới trong công việc, không ngừng thể nghiệm biện pháp và hiệu suất công việc cao hơn. Khi mới bắt đầu, tôi cũng từng làm những công việc không mấy hấp dẫn, nhưng tôi vẫn xuất phát từ sở thích của mình, tìm ra cương vị thích hợp nhất. Bởi vì, chỉ khi công việc và sở thích tương đồng tôi mới có thể học được nhiều nhất những kiến thức và kinh nghiệm mới từ trong công việc. Ở HP, không chỉ một mình tôi phải không ngừng học hỏi trong công việc mà toàn bộ HP đều khuyến khích cơ chế nhân viên học tập, cứ cách một thời gian mọi người lại ngồi lại với nhau, cùng trao đổi để hiểu động thái của đối phương cũng như của toàn công ty, hiểu phương hướng của toàn ngành công nghệ. Những việc làm tuy nhỏ bé nhưng là cách làm hay để nhân viên tự làm mới mình trong công việc, từ đó có thể đảm bảo cho mọi người luôn sánh bước cùng thời đại".

"Rất ít người vừa sinh ra đã có khả năng lãnh đạo, lãnh đạo thật sự thành công chắc chắn là người không ngừng tích lũy kinh nghiệm, không ngừng học hỏi trong công việc để từng bước đi tới thành công".

Đương nhiên, không ngừng học hỏi trong công việc không nhất định phải rời xa công việc hiện tại. Chỉ cần bạn muốn học thì học từ công việc thực tế cũng là một cách làm hay, chỉ cần bạn nghiêm túc là sẽ có thể học tốt. Nếu bạn yêu công việc của mình, bất cứ lúc nào cũng có thể phát hiện những điều đáng học ngay bên cạnh, đó chính là nội dung học hiệu quả nhất, phù hợp nhất với nghề nghiệp của bạn.

Thông qua việc không ngừng học tập trong công việc bạn có thể nâng cao năng lực thực tế của bản thân, là một nhân viên, dù ở giai đoạn nào trong sự nghiệp, bước chân trên con đường học hành đều không thể dừng lại, nên coi công việc chính là trường học. Kiến thức của bạn là kho báu vô cùng giá trị đối với công ty, vì thế bạn cần tự mình giám sát, đốc thúc, đừng để tay nghề kỹ năng của bản thân lạc hậu so với thời đại.

Không ngừng "nạp điện" cho chính mình

Thời đại "nạp đủ điện" một lần khi ngồi trên ghế trường đại học để sau này cả đời chỉ "phát điện" trên cương vị làm việc của quá khứ đã không còn tồn tại, bạn phải không ngừng "nạp điện" cho chính mình, kịp thời làm mới, ưu việt hóa kiến thức cũng như năng lực của mình thì mới có thể trở thành nguồn nhân lực phát triển bền vững.

Có thể bạn đã chiến đấu trên "chiến trường công việc" rất nhiều năm và thu được không ít thành tích, có thể bạn đã qua tuổi 30, 40, lúc này liệu bạn có cảm giác thấy, không chỉ sức khỏe mà bộ não của bạn cũng đang xuống dốc. Hãy đối chiếu xem bạn có những biểu hiện sau hay không:

- Rất khó hình thành nhận thức chung với nhân viên mới của công ty trong công việc.

- Rất khó hoàn thành công việc mang tính thử thách cao.

- Dần dần cảm thấy "lực bất tòng tâm", một số kiến thức đã học không còn phát huy hiệu quả.

- Không biết gì về các sự vật mới nổi, như phần mềm máy tính mới.

- Thiếu sáng kiến và cách nhìn mang tính sáng tạo. Nếu bạn có một hoặc nhiều biểu hiện như trên, có nghĩa là kho dự trữ kiến thức và năng lực công tác của bạn đã bắt đầu tuột dốc. Con đường tiến lên phía trước của bạn đã bật đèn đỏ, cho dù khả năng chịu đựng áp lực của bạn mạnh mẽ đến đâu cũng không thể giúp bạn đối mặt và vượt qua thách thức một cách nhẹ nhàng.

Lúc này bạn phải hành động như thế nào? Đương nhiên cần bổ sung "dưỡng chất", và phải "nạp điện" cho chính bản thân mình.

Đầu xuân năm con khỉ, một trang web tuyển dụng miền nam tiến hành một cuộc điều tra như sau: "Trong năm con khỉ, bạn có mong ước gì về công việc?". Kết quả là hơn 50% số người được hỏi lựa chọn "nạp điện, học tập, nâng cao năng lực". Tương tự, một trang web khác cũng tiến hành một điều tra trên mạng: "Trong năm mới, ngoài công việc ra, bạn muốn làm gì nhất?". Có 45% số người tham gia điều tra trả lời "nạp điện, học tập, nâng cao năng lực". Qua hai cuộc điều tra trên chúng ta dễ dàng nhận ra, với một ý nghĩa nào đó, không ngừng "nạp điện", không ngừng học tập trong công việc đã trở thành một lối sống tương đối phổ biến của con người thời hiện đại, vì thế có người cho rằng, nếu như vài năm trước, hành vi "nạp điện" cá nhân chỉ là phương hướng hành động của một bộ phận người lao động thì ngày nay, việc "nạp điện" dường như đã trở thành hành động suốt đời của người đi làm.

Là một thành viên trong cộng đồng người lao động, bạn cần xuất phát từ nhu cầu công việc, có ý thức khi tiến hành chọn lựa con đường "nạp điện" phù hợp với bản thân, tìm đúng điểm kết hợp tuyệt vời mới có thể thích nghi với môi trường luôn biến động, đạt đến hiệu quả cần thiết khi nạp điện, cuối cùng sở hữu năng lực có thể quyết định toàn bộ công việc.

Trong buổi họp của ban giám đốc công ty, Tổng giám đốc đã phát biểu đầy hấp dẫn như sau: "Trong các công ty lớn của Mỹ, khi thành lập công ty con hoặc mở thêm nhà máy sản xuất, những người sinh ra trong thập niên 50 của thế kỷ 20 chỉ có thể đảm nhiệm chức vụ chủ quản. Nếu bây giờ công ty quyết định để các bạn đảm nhiệm vai trò giám đốc kỹ thuật, giám đốc nhà máy sản xuất hoặc giám đốc công ty con, các bạn sẽ trả lời ra sao? Bạn sẽ trả lời tôi: "Tôi sẽ hết mình báo đáp sự trọng dụng của công ty. Là giám đốc nhà máy, tôi sẽ sản xuất những sản phẩm tốt, huấn luyện, đào tạo nhân viên" hay là: "Tôi có thể gánh vác chức vụ giám đốc nhà máy sản xuất, yên tâm chỉ định tôi đi"?

"Các bạn đã làm việc, đảm nhiệm chức vụ và gắn bó với công ty chục năm liền, có chục năm kinh nghiệm, bình thường chẳng phải luôn rèn luyện nâng cao bản thân, luôn tự "nạp điện" cho bản thân đó sao? Nếu được chỉ định vào chức vụ chủ quản, liệu có dám so sánh cao thấp với bất kỳ công ty nước ngoài nào hay không? Nếu ai có thể khẳng định nắm chắc cơ hội, xin giơ tay!".

Sau khi phát hiện không ai giơ tay, ông tiếp tục nói: "Các vị có lẽ đều quá khiêm tốn nên không giơ tay. Đến nay, rất nhiều bậc tiền bối được công ty, đồng nghiệp và xã hội ngợi ca đều vì những biểu hiện xuất sắc khi đảm đương trọng trách lớn. Chính nhờ sự lãnh đạo của họ, công ty mới có sự phát triển huy hoàng hôm nay. Ngay từ khi còn trẻ, họ đã không ngừng "nạp điện", không ngừng tôi luyện bản thân ngay trên cương vị làm việc của mình, nghiêm túc đúc rút, hấp thu tinh hoa trong công việc. Khi được giao trọng trách, họ có thể mặc sức phát huy thế mạnh của mình, đem đến thành quả tốt đẹp".

Có hàng nghìn, hàng vạn người thành công, nhưng con đường thành công lại chỉ có một, đó là học tập, cần cù học tập. Nếu một người dừng học, chẳng mấy chốc sẽ "hết điện" và bị xã hội đào thải. Hình thành thói quen không quên học tập, bạn không còn cách xa thành công nữa.

Cạnh tranh trong tương lai chính là cạnh tranh trong học tập

"Ưu thế, sức mạnh lâu dài duy nhất trong tương lai là học tốt hơn đối thủ cạnh tranh của bạn". Đây chính là lời khuyên của Peter Senge, người sáng lập tổ chức toàn cầu chuyên nghiên cứu và tư

vấn cho các công ty kinh doanh, đồng thời là tác giả của cuốn sách mang tên “The Fifth Disciplin: The art and practice of the learning organization” dành tặng người đi làm. Học tập đã trở thành con đường để sinh tồn của những ai còn muốn trụ vững trong công việc.

Cạnh tranh trong tương lai thực chất chính là cạnh tranh trong học tập, ai học nhanh, hiểu biết sâu, người đó sẽ đi đầu trong quỹ đạo phát triển. Trong thời đại cạnh tranh ngày càng khốc liệt như hôm nay, người đi làm phải đối mặt với vô vàn thách thức do xã hội, công nghệ phát triển nhanh chóng như vũ bão mang lại, phải đối mặt với thách thức đòi hỏi làm mới quan niệm và nâng cao tay nghề, vì thế cần xây dựng mục tiêu học tập suốt đời.

Trong cuốn sách mang tên “Chúng ta đào tạo giám đốc như thế nào”, Viện trưởng Học viện quản lý phát triển GE, nhà giáo dục hàng đầu của công ty điện khí GE đã chỉ rõ: Trong nội bộ GE, một khi bạn đã vào công ty thì dù bạn đến từ Đại học Harvard hay một trường đại học không danh tiếng nào khác đều không quan trọng. Bởi vì hễ bạn vào công ty, những gì bạn thể hiện bây giờ quan trọng gấp nhiều lần những gì bạn đã trải qua trong quá khứ.

Cho dù bạn làm không tốt lắm một công việc mới, không sao cả, chúng tôi biết bạn đang học hỏi, bạn có thể theo kịp. Chúng tôi hy vọng biểu hiện của mọi người cao hơn các giá trị trông chờ bình thường, làm việc thật xuất sắc. Nhưng giá trị trông chờ sẽ thay đổi theo thời gian. Nếu bạn ngừng học tập, không trau dồi thêm, biểu hiện cũng rất bình thường trong suốt quãng thời gian dài, trong khi giá trị trông chờ lại không ngừng tăng lên do cạnh tranh, do nhu cầu của khách hàng và sự tiến bộ của công nghệ, bạn có khả năng bị đào thải. Bạn nên biết, trong các doanh nghiệp, giá trị trông chờ tăng lên từng năm. Nếu doanh thu bán hàng năm nay của bạn đạt 20 triệu đô la Mỹ thì năm tới cần đạt 22 triệu đô và trong những năm tiếp sau, bạn cần đạt mức cao hơn.

Đứng từ góc độ cá nhân, nếu bạn ngừng học tập sẽ giống như việc bạn đứng nguyên tại chỗ trong khi nước sông đang không ngừng dâng lên, bạn lại không biết bơi, tất yếu sẽ bị nước sông nhấn chìm. Việc này không tốt cho cả bạn lẫn sự nghiệp của bạn.

Đối với quá trình trưởng thành của một nhân viên xuất sắc, học tập đóng vai trò vô cùng quan trọng. Từ không hiểu đến hiểu, cho đến khi trở thành một nhân viên chuyên nghiệp chính là quá trình không ngừng học tập từ thực tiễn. Không học tập sẽ mất đi khả năng cạnh tranh, nhân viên xuất sắc cần mãi mãi khắc ghi câu danh ngôn muôn thuở của Le-nin: “Học, học nữa, học mãi”. Trên cơ cở cần cù, siêng năng và hiếu học, nhân viên sẽ có hướng đi mới, cách làm mới trong công việc thực tế. Người nhân viên như vậy mới xứng đáng là nhân viên xuất sắc.

Theo thống kê, trong 15 năm qua, Mỹ đã sa thải khoảng 8.000 nhân viên tay nghề thấp, đồng thời tạo ra khoảng 6.000 vị trí làm việc mới. Người lao động liên tục chuyển dịch từ vị trí có kỹ năng, tay nghề thấp lên vị trí đòi hỏi kỹ năng, tay nghề cao hơn, người sở hữu càng nhiều kiến thức dần trở thành chủ thể trong lực lượng lao động xã hội, viễn cảnh tri thức hóa người lao động ngày càng sáng ngời. Chỉ khi nắm bắt kiến thức mới, năng lực mới do chính tay mình thử nghiệm, kết hợp kiến thức vào công việc thực tế và không ngừng đưa ra ý kiến sáng tạo mới có thể không ngừng tiến lên phía trước, không ngừng sáng tạo và hoàn thiện. Kiểu nhân viên mẫu mực mà các ông chủ doanh nghiệp hiện đại thích nhất và cần nhất chính là người biết đích thân thể nghiệm để thu được kiến thức mới, kỹ năng mới.

Trong thời đại ngày nay, kiến thức có giá trị trên hết

Người người đều nói, sự xuất hiện của Giám đốc điều hành công ty Microsoft - Bill Gates là mốc son quan trọng đánh dấu sự ra đời của nền kinh tế tri thức. Bill Gates đã nhiều năm liên tiếp

chiếm giữ vị trí đầu bảng trong danh sách tỷ phú thế giới, hơn nữa, số tài sản của ông tăng lên với tốc độ nhanh chóng, bình quân mỗi năm tăng thêm khoảng 400 triệu đô la Mỹ. Mọi người đều biết, một chương trình phần mềm không đáng giá bao nhiêu tiền, nhưng một chiếc đĩa "Windows 98" lại có giá trị khoảng 2.000 Nhân dân tệ. Điều đó chứng tỏ, trình tự mới, tính năng mới là đáng giá, chúng chính là kết tinh của kiến thức và trí tuệ.

Trong điều kiện của nền kinh tế tri thức, lao động phát sinh sự biến đổi sâu sắc về chất, sáng tạo trí tuệ chiếm ưu thế chủ yếu, kiến thức, công nghệ trở thành yếu tố sản xuất cũng như nguồn gốc sản sinh tài sản vật chất chính. Ai chiếm hữu tri thức, người đó sở hữu tiền tài, sở hữu quyền lực. Sự phát triển của cá nhân được quyết định bởi trình độ kiến thức, trình độ sáng tạo của cá nhân đó; trình độ kiến thức quyết định thu nhập khởi điểm của bạn; kết cấu tri thức quyết định lĩnh vực làm việc của bạn; mức độ cập nhật kiến thức quyết định sự tiến bộ trong công việc của bạn. Ưu thế lớn nhất một cá nhân sở hữu không phải là bối cảnh gia đình, mạng lưới các mối quan hệ, càng không phải là quyền lực, mà là trí tuệ. Tri thức là sức mạnh, là cơ hội và là nguồn vốn không thể quy ra tiền mặt, cũng là nguyên nhân để bạn được tôn trọng.

Hồi đầu, khi một máy phát điện công suất lớn gặp sự cố, công ty xe hơi Ford của Mỹ đã mời rất nhiều kỹ sư công trình cũng như chuyên gia đến xem nhưng đều không tìm ra nguyên nhân gây sự cố của máy phát điện. Không còn cách nào khác, họ đã mời chuyên gia điện máy người Đức Stein Clements. Sau khi xem xét kỹ lưỡng, nghe tiếng máy vận hành, Stein Clements đã dùng phấn vẽ một đường dài lên thân máy và nói: "Giảm 16 vòng dây cuốn ở khu vực đường phấn". Vậy là chiếc máy phát điện công suất lớn nhanh chóng khôi phục vận hành bình thường.

Giám đốc công ty đặt câu hỏi: "Rất cảm ơn ông! Vậy xin ông cho biết, chi phí sửa chữa là bao nhiêu?".

Stein Clements thản nhiên trả lời: "10 nghìn đô la Mỹ". Đây là một con số không nhỏ lúc bấy giờ. Giám đốc cho rằng ông cố ý ép giá, đã gọi người mang đến bảng đăng ký chi phí sửa chữa và nói: "Phiền ông điền các chi phí sửa chữa cụ thể lên bảng này".

Stein Clements vừa đặt bút liền viết: "Dùng phấn chỉ ra chỗ hỏng: 1 đô la Mỹ, biết phải vẽ ở chỗ nào: 9999 đô la Mỹ".

Tại sao vẽ đường phấn, vẽ ở chỗ nào, tất cả đều là tri thức; chỉ dựa vào tiếng máy chạy có thể phán đoán nguyên nhân sự cố, đó là kỹ thuật. Để nắm bắt kiến thức này đòi hỏi phải dày công lao động, 9999 đô la Mỹ chính là thù lao báo đáp cho công sức sáng tạo được vận dụng từ kiến thức kỹ năng có được của Stein Clements.

Có kiến thức là có của cải, thiếu kiến thức sẽ trở nên nghèo nàn. Đây là nguyên tắc chung đối với một cá nhân nói riêng và một đất nước nói chung. Đây cũng là phương hướng phát triển của xã hội loài người trong thế kỷ 21. Trong nền kinh tế tri thức, lấy tri thức làm nền tảng, sự phát triển của kinh tế xã hội ngày càng phụ thuộc nhiều vào kiến thức sáng tạo, công việc lao động thuần chân tay ngày càng ít đi. Các thành viên sống trong xã hội nếu không thông qua học tập để nắm bắt kiến thức, kỹ năng tay nghề hiện đại nhất định thì ngay đến tư cách làm việc cũng bị mất đi, có nghĩa là mất đi năng lực sinh tồn quan trọng nhất.

Có kiến thức mới, kỹ năng mới thì mới có thể nắm bắt tương lai

Trong buổi phỏng vấn Bill Gates, một phóng viên đã đặt câu hỏi: "Giờ ông đã trở thành tỷ phú hàng đầu thế giới, công việc của ông chắc chắn rất bộn bề?". Bill Gates trả lời: "Công việc của tôi rất nhẹ nhàng. Bởi vì tôi chỉ làm đúng hai việc, một là dùng người, hai là du lịch". "Du lịch" mà Bill Gates đề cập ở đây thực chất là đi đến mọi nơi trên thế giới, tiến hành khảo sát học tập, không ngừng hiểu thêm kiến thức và thông tin mới.

Kiến thức mới, kỹ năng mới là chìa khóa vàng để nắm bắt tương lai. Là một nhân viên, bạn đã nắm vững kiến thức và kỹ năng công việc yêu cầu hay chưa? Cho dù hôm nay bạn có thể gánh vác

trách nhiệm và đảm bảo hiệu suất công việc, nhưng ngày mai thì sao? Ngày mai bạn liệu có thể nắm bắt kiến thức và kỹ năng để thúc đẩy công ty không ngừng phát triển hơn nữa hay không?

Thập niên 70 của thế kỷ 20, thế giới đã xảy ra khủng hoảng dầu mỏ, ô-tô Nhật có thể tích xi-lanh nhỏ lại tiết kiệm nhiên liệu đã nhanh chóng chiếm lĩnh thị trường xe hơi Mỹ. Đúng vào lúc ô-tô Nhật tung hoành ngang dọc trên thị trường Mỹ, rất nhiều đại lý tiêu thụ ô-tô kinh doanh độc lập đã không còn bán các loại xe do Detroit của Mỹ sản xuất, mà trở thành đại lý cho các hãng xe nổi tiếng của Nhật như Toyota, Honda hay Mazda v.v…

Carter làm việc trong một cửa hàng bán xe như thế. Ông đã giới thiệu và bán xe thương hiệu Chrysler trong 20 năm, nắm rõ như lòng bàn tay các mẫu xe, thậm chí vị trí của pittông xe. Khi ông chủ tuyên bố bắt đầu chuyển sang bán xe Toyota, Carter rất không đồng ý. Ông không muốn biết thêm kiến thức liên quan về xe Toyota, cũng không biết phải giới thiệu thế nào về những chiếc xe có vẻ ngoài cổ quái đó. Tâm trạng bài trừ như vậy có ảnh hưởng lớn đến biểu hiện của ông tại công ty, khiến ông luôn nhắc đi nhắc lại một câu giống hệt nhau mỗi khi tiếp xúc với khách hàng: “Người anh em, loại xe này khác hẳn với loại xe chúng tôi bán trước đây. Nếu anh không quyết định mua, tôi tuyệt đối không trách cứ anh”.

Không cần nói cũng biết, thành tích bán hàng và lương tháng của Carter cứ thế tuột dốc không phanh.

Một nhân viên bán hàng khác tên là Ham lại hoàn toàn khác. Anh nhận thức rõ rằng, kiến thức về xe ô-tô Mỹ của mình sắp mất đi đất dụng võ, vì thế đã tranh thủ thời gian rảnh rỗi, trao đổi với đại diện nghiệp vụ của công ty Toyota, dốc sức học hỏi các loại kiến thức liên quan đến dòng xe mới, nhờ đó hiểu được ma lực cực kỳ hấp dẫn mà dòng xe công ty sắp làm đại lý sẽ mang đến cho thị trường. Trên thực tế, Ham chính là một trong những người khuyên ông chủ chuyển sang bán xe Nhật. Nhờ sự nhiệt tình giới thiệu với thái độ lạc quan, chẳng bao lâu sau, Ham trở thành nhân viên bán hàng có thành tích nghiệp vụ tốt nhất. Cũng chính nhờ hành động kiến nghị chuyển sang bán xe ô-tô Nhật được ông chủ vô cùng tán thưởng, cuối cùng Ham đã được ông chủ mời làm đối tác kinh doanh.

Thực ra, bản thân sự nghiệp chính là một quá trình không ngừng đi sâu tìm tòi, không ngừng tích lũy và nâng cao. Nếu không học tập và đón nhận sự vật mới, không trang bị đầy đủ cho bản thân bằng kiến thức mới, công nghệ mới thì khi công nghệ mới được sử dụng rộng rãi, bạn có khả năng bị đào thải đầu tiên. Bất kỳ ai trong giới nhân viên, muốn được phát triển, được sinh tồn trong ngành nghề đang thay đổi từng ngày từng giờ, buộc phải chủ động làm mới kết cấu kiến thức của mình, nắm vững kỹ năng, công nghệ mới, bổ sung luồng khí mới cho con đường phát triển sự nghiệp.

Bill Gates nói: “Ở Microsoft, một nhân viên xuất sắc không chỉ cần có kỹ năng nghiệp vụ vững chắc mà còn phải chịu áp lực công việc vô cùng lớn, mạnh dạn tiếp thu kiến thức mới, không ngừng sáng tạo”.

Tháng 6 năm 2002, công ty Microsoft với nguồn nhân lực dồi dào đã tuyển hai thanh niên nam nữ giàu tinh thần sáng tạo làm cố vấn và để họ tham gia vào dự án nghiên cứu trọng tâm mang tên “công nhân tri thức thế hệ sau” của công ty.

Có người cho rằng cách làm này của Microsoft rất “khác người”, nhưng suy nghĩ kỹ, cách làm “khác người” này lại mang ý nghĩa sâu sắc, khiến người khác phải suy ngẫm.

Bởi vì những thanh niên nam nữ được công ty Microsoft tuyển dụng tuyệt đối không phải là

“kẻ đầu đường xó chợ”. Họ là những thiên tài máy tính trẻ. Trước tiên, họ rất say mê máy tính, chuyên tâm với nghiệp vụ máy tính, ít màng công danh lợi lộc. Thứ hai, họ có cảm giác nhạy bén, tư tưởng hoạt bát, không kém kinh nghiệm so với người lớn, lại không bảo thủ với một mô thức nhất định, không theo quy định cố định. Bộ não họ luôn không ngừng nảy sinh vô vàn ý tưởng diệu kỳ. Tất cả những phẩm chất trên đều là những gì Microsoft cần.

Microsoft rất coi trọng tinh thần và khả năng sáng tạo của nhân viên. Bill Gates từng nhiều lần khẳng định: “Trong lĩnh vực công nghệ cao, nguyên tắc dùng người không phụ thuộc vào tuổi tác, học lực, kinh nghiệm. Điều mà Microsoft nhấn mạnh là khai thác, phát triển năng lực sáng tạo. Chỉ có kinh nghiệm mà không có khả năng sáng tạo, phong cách làm việc bảo thủ không phải là những gì Microsoft cần”.

Nhà quản lý hàng đầu thế giới Peter Drucker từng nói: “Không sáng tạo sẽ chết”. Câu danh ngôn này đã trở thành bức tranh phản ánh chân thực, đầy đủ quá trình sinh tồn, phát triển của các doanh nghiệp trong thế giới mới. Bất kỳ doanh nghiệp nào, bất kỳ ông chủ nào đều phải coi trọng nhân viên có sức sáng tạo.

Trong các công ty hiện đại, quy trình sát hạch của ông chủ đối với mỗi nhân viên không chỉ bó hẹp trong ưu nhược điểm về kỹ năng nghiệp vụ. Những nhân viên có ý thức, có tinh thần, khả năng sáng tạo càng được ông chủ trọng dụng và tin tưởng hơn.

Tuy nhiên, rất nhiều nhân viên chỉ giữ khư khư thái độ cứng nhắc với cương vị làm việc hiện tại, bảo thủ với những cái đã cũ, thiếu tinh thần sáng tạo, cho rằng sáng tạo là việc của ông chủ, không liên quan đến bản thân, chỉ cần làm tốt công việc của mình là được.

Ý nghĩ này trên thực tế không ổn thỏa lắm. Cần hiểu rằng, trong giới đi làm đầy cạnh tranh khốc liệt như hiện nay, những gì bạn có thì người khác cũng có, làm thế nào mới có thể bứt phá so với người khác, tất cả quyết định bởi việc liệu bạn có khả năng sáng tạo hay không. Nếu khả năng sáng tạo của bạn vượt trội hơn người khác thì khả năng thành công của bạn sẽ lớn hơn người khác.

Một ý tưởng sáng tạo nhỏ mang đến số lợi nhuận lên đến chục nghìn đô-la

Bill Gates nói: “Ý tưởng sáng tạo hay giống như nguyên tử tách ra, mỗi ý tưởng sáng tạo nhỏ đều sẽ đem đến khoản lợi nhuận thương mại lên đến chục nghìn đô-la”.

Vài năm trước, một người bán một mẩu đồng, ra giá 280 nghìn đô-la Mỹ, phóng viên hiếu kỳ hỏi thăm mới biết đó là một nghệ sỹ. Nhưng đối với một mẩu đồng chỉ đáng giá 9 đôla Mỹ, mức giá đưa ra khi đó đúng là giá trên trời. Nếu chế tạo thành cán dao, giá trị cũng chỉ tăng lên thành 21 đô-la Mỹ, nếu biến thành sản phẩm thủ công mỹ nghệ, giá trị cũng chỉ lên đến 300 đô-la Mỹ, nhưng nếu làm thành hàng lưu niệm, giá trị sẽ đạt đến 280 nghìn đô-la Mỹ. Ý tưởng sáng tạo của ông làm lay động một nhà tài chính phố Wall, kết quả mẩu đồng đó cuối cùng trở thành một tác phẩm điêu khắc tuyệt mỹ, cũng là bia kỷ niệm của một người thành công, giá trị cuối cùng lên đến 300 nghìn đô-la Mỹ. Khoảng cách từ 9 đến 300 nghìn đô-la Mỹ chính là giá trị của sức sáng tạo.

Phá vỡ lệ thường, phá bỏ kìm kẹp của lối tư duy truyền thống, cho dù là nhỏ bé, một ý tưởng sáng tạo cũng có thể tạo ra hiệu quả phi thường. Một ý tưởng sáng tạo không mấy được người khác coi trọng của một nhân viên bình thường trong công ty điện máy Toshiba Nhật cho chúng ta một ví dụ thành công thực tế.

Trước và sau năm 1952, công ty điện máy Toshiba Nhật Bản từng tồn đọng một lượng quạt điện lớn không bán được, 70 nghìn công nhân đã vắt óc suy nghĩ tìm biện pháp mở đường nhưng hiệu quả không cao.

Một ngày, một nhân viên bình thường đưa ra ý kiến thay đổi màu sắc của quạt điện với Chủ tịch Hội đồng quản trị đương nhiệm. Ngày đó, quạt điện trên toàn thế giới đều màu đen, quạt điện do công ty Toshiba sản xuất cũng không phải là ngoại lệ. Người nhân viên đã đề nghị chuyển màu

quạt điện sang màu nhạt hơn. Ý kiến này nhận được sự tán thành và coi trọng của Chủ tịch Hội đồng quản trị đương nhiệm. Qua nghiên cứu, công ty đã quyết định lựa chọn và áp dụng đề xuất này. Mùa hè năm sau, công ty Toshiba đưa ra thị trường một đợt quạt máy màu xanh nhạt, được phần đông khách hàng đón nhận, thậm chí còn tạo nên một làn sóng mua quạt điện trên thị trường, chỉ trong vài tháng đã bán ra mấy trăm nghìn chiếc, từ đó về sau, ở Nhật Bản nói riêng và trên toàn thế giới nói chung, quạt điện không chỉ có màu đen nữa.

Ví dụ thực tế này mang tính gợi mở rất lớn. Chỉ cần thay đổi một chút về màu sắc, số lượng lớn quạt điện tồn đọng trong kho lâu ngày đã bán ra mấy trăm nghìn chiếc chỉ trong mấy tháng. Ý tưởng thay đổi màu sắc tuy nhỏ đã mang lại hiệu quả vô cùng to lớn.

Sức sáng tạo là tài sản quý giá nhất, nếu một người có khả năng sáng tạo, sẽ có thể nắm bắt được thời cơ tốt trong cuộc sống, từ đó lập nên những kỳ tích vĩ đại.

Bạn cũng có thể sáng tạo, bạn cũng có thể thành công

Thầy giáo thành công Napoleon Hill cho rằng, sáng tạo không phải là độc quyền của một ngành nghề nào, cũng không phải chỉ có người có trí tuệ phi thường mới sở hữu khả năng sáng tạo. Bạn cũng có thể sáng tạo và bạn cũng có thể thành công.

Trong một công ty bột ngọt Nhật Bản, giám đốc hạ lệnh yêu cầu toàn thể nhân viên, mỗi người đều phải đưa ra một đề xuất nhằm đảm bảo lượng tiêu thụ tăng theo cấp số nhân của công ty. Nhận được lệnh, các bộ phận phòng ban đều bắt tay hành động ngay: Phòng kinh doanh suy nghĩ vấn đề của phòng kinh doanh, phòng tuyên truyền nghiên cứu vấn đề của phòng tuyên truyền, phòng sản xuất cân nhắc vấn đề của phòng sản xuất, mọi người đều đưa ra phương án của mình, ví như đưa ra hình thức quảng cáo đầy sáng tạo, phương án thay đổi hình dáng của lọ đựng bột ngọt, chính sách khen thưởng nhân viên bán hàng, v.v...

Chính trong lúc mọi người tích cực hành động và đưa ra đề xuất của bản thân, một nhân viên nữ không sao nghĩ được phương án cho riêng mình. Chính vào lúc này, khi đang nấu bữa tối, chị định thêm gia vị vào món ăn nhưng lại không rắc ra được vì thời tiết ẩm ướt. Con trai của chị bất giác chọc đũa vào lỗ hổng trên nắp lọ gia vị, dốc sức quấy đều, nhờ thế gia vị đã ra khỏi lỗ hổng trên nắp lọ. Mẹ của nữ nhân viên ngồi ngay cạnh liền nói: “Nếu con thật sự không có đề xuất nào khác, con có thể thử đưa ra đề xuất này xem”. Nữ nhân viên coi đây là chuyện rất bình thường, nhưng cuối cùng cô vẫn trình lên cấp trên đề xuất “làm nắp lọ to gấp đôi”. Điều khiến mọi người ngạc nhiên là những gì xảy ra sau đó. Đề xuất của nữ nhân viên lọt vào tốp 15 ý kiến sáng tạo đoạt giải thưởng của công ty và nhận được 30 nghìn Yên Nhật. Hơn nữa, sau khi đề xuất của cô đi vào thực tế, thị phần tiêu thụ tăng theo cấp số nhân, đương nhiên nữ nhân viên được nhận giải thưởng đặc biệt từ giám đốc. Người nữ nhân viên do bất ngờ được nhận nhiều giải thưởng vừa mừng vừa lo, cô tự nhủ: “Đề xuất vốn tưởng rất khó, hóa ra ý tưởng đơn giản như vậy cũng được gọi là đề xuất”.

Sáng tạo chẳng phải là việc gì không thể với tới, mỗi người đều có khả năng sáng tạo nào đó. Nhưng rất nhiều người lao động đều có tật lười biếng, không có tinh thần sáng tạo, căn bản chưa bao giờ nghĩ đến việc phải sáng tạo, tất cả mọi việc đều làm theo một mô thức cố định, kết quả là làm đi làm lại vẫn chỉ như thế mà thôi, không có một chút thay đổi hay tiến bộ nào khác.

Đừng cho rằng chúng ta vừa không phải là nhà quyết sách, cũng chẳng phải là lãnh đạo cấp trên, sẽ “vô duyên” với sáng tạo. Nếu chúng ta cũng có thể giống như người nữ nhân viên Nhật Bản kia, đứng vững trên cương vị công tác của chính mình, tìm đúng điểm kết hợp với thực tế, thì dù chỉ một cải tiến nho nhỏ bị coi nhẹ thường ngày được áp dụng vào công việc cũng có thể phát huy tác dụng to lớn. Cần tin chắc rằng: sáng tạo không phải là độc quyền của nhân vật xuất chúng, chúng ta cũng có thể sáng tạo!

Có khả năng sáng tạo mới có sức cạnh tranh chính

Một phóng viên từng hỏi tỷ phú Hồng Công Lý Gia Thành như sau: “Tại sao thành công tích

lũy mấy chục năm của ông vẫn không bằng sự phất lên trong vài năm của Bill Gates?". Lý Gia Thành cảm thán "hậu sinh khả úy", và còn thẳng thắn thừa nhận Bill Gates nắm vững nguồn tài nguyên mà thời đại này thiếu nhất, đó là tinh thần và khả năng sáng tạo. Lý Gia Thành nói, sáng tạo có thể khiến một "sản phẩm mới' chiến thắng một "sản phẩm danh tiếng" lưu hành trên thị trường mấy chục năm chỉ trong một đêm ngắn. "Sản phẩm mới" bắt nguồn từ đâu? Từ những nhân tài sáng tạo.

Ở phương tây, một số nhà quản lý nguồn nhân lực đã chia những phẩm chất của một nhân tài thành tố chất tích lũy và khả năng bẩm sinh, trong đó tố chất tích lũy bao gồm kiến thức, học lực, kinh nghiệm v.v...; còn khả năng bẩm sinh bao gồm khả năng điều khiển, khả năng học tập, khả năng thích nghi, khả năng điều tiết trao đổi, khả năng sáng tạo, v.v... Họ cho rằng, chỉ khi suy xét tất cả những yếu tố cấu thành nhân tài kia mới có thể đánh giá nhân tài một cách khách quan và toàn diện. Nhưng trong vô số yếu tố cấu thành nhân tài kia, yếu tố nào quan trọng nhất? Không còn nghi ngờ gì nữa, đó chính là khả năng sáng tạo.

Có khả năng sáng tạo mới có sức cạnh tranh, vì thế, khả năng sáng tạo là khả năng đầu tiên của một người chiến thắng. Chuyên gia phát triển tâm hồn trí tuệ nổi tiếng Mỹ John Chaffee nói: "Khả năng sáng tạo là nguồn sức mạnh sống to lớn, nó tăng thêm sức sống và ý nghĩa cho cuộc sống của chúng ta. Khả năng sáng tạo là tia hy vọng duy nhất để thay đổi vận mệnh của bạn".

Bill Gates cũng có một câu danh ngôn: "Microsoft chỉ cách thời điểm phá sản 18 tháng". Câu nói của ông có nghĩa là, nếu không có cách nào để sáng tạo và tiến bộ, có thể chỉ một năm sau công ty sẽ không còn tồn tại. Doanh nghiệp là như vậy, cá nhân con người cũng như vậy.

Mỗi khi xã hội tiến thêm một bước, lịch sử lại lật sang một trang mới, không đâu không có dấu chân sáng tạo của loài người. Sáng tạo là cội nguồn của tài sản, vô số ví dụ chứng minh cho chúng ta rằng: chỉ có sáng tạo mới là yếu tố đầu tiên của thành công. Nếu có người nói năng lực và tố chất của một người có mức lương hàng năm lên tới 500 nghìn Nhân dân tệ là tổng năng lực và tố chất của 10 người có mức lương 50 nghìn Nhân dân tệ 1 năm, bạn sẽ nói họ thật ấu trĩ; nhưng nếu có người nói, khả năng sáng tạo của một người có mức lương hàng năm lên tới 500 nghìn Nhân dân tệ gấp 10 lần khả năng sáng tạo của một người có mức lương 50 nghìn Nhân dân tệ 1 năm, bạn có cười họ hay không? Chúng ta đều biết rõ: người có mức lương 500 nghìn Nhân dân tệ 1 năm chưa chắc đã có 10 lần khả năng của người có mức lương 50 nghìn Nhân dân tệ 1 năm, nhưng so với người có mức lương 50 nghìn Nhân dân tệ 1 năm thì họ hoàn toàn có thể có tốc độ phát triển gấp 10 hoặc hơn 10 lần, bởi vì không ai có thể nói chính xác, rõ ràng sức mạnh ẩn chứa trong khả năng sáng tạo. Đúng như Jack Welch, cựu Chủ tịch kiêm Giám đốc điều hành tập đoàn GE đã đúc kết: "Nếu bạn muốn tàu hỏa chạy nhanh lên 10 km, bạn chỉ cần tăng thêm mã lực; nhưng nếu bạn muốn tốc độ của tàu tăng gấp đôi, bạn phải thay đổi toàn bộ đường ray".

Có khả năng sáng tạo nghĩa là có thể tạo ra một thứ gì chưa từng tồn tại trước đây, đó có thể là một sản phẩm, cũng có thể là một quá trình, cũng có thể là một luồng tư tưởng. Thực ra trong công việc, bất cứ lúc nào chúng ta cũng có thể có ý tưởng sáng tạo, chỉ là chúng ta chợt nghĩ đến rồi bỏ qua mà không biết rằng trong những ý tưởng đó có ẩn chứa cơ hội kinh doanh tuyệt vời. Sự khác biệt là ở chỗ, có người nắm chắc ý tưởng mới còn người khác lại cho qua dễ dàng.

Nữ kỳ tài trong kinh doanh, tỷ phú với số tài sản lên đến trăm triệu bảng Anh - Anita Roddick trước khi kinh doanh mỹ phẩm trang điểm là một người rất thích mạo hiểm, bà đã thử hoạt động trong rất nhiều ngành nghề khác nhau và cũng thực hiện không ít lần kinh doanh nhưng đều thất bại. Một hôm, khi đang nói chuyện với người bạn trai, bà liền nảy sinh một ý tưởng thần kỳ: Tại sao mình lại không thể bán mỹ phẩm theo trọng lượng hay dung lượng giống với người bán tạp hóa hoặc bán rau? Tại sao mình lại không thể bán một lọ kem mặt hoặc kem bôi toàn thân nhỏ? Tại sao không đầu tư vào thiết kế bao bì đẹp mắt để thu hút người tiêu dùng? Bà là người dám nghĩ dám làm nên đã bắt tay ngay vào việc thực hiện ý tưởng. Cuối cùng bà đã thành công.

Trong công việc, càng có khả năng sáng tạo, bạn càng có sức cạnh tranh, quan điểm và ý tưởng của bạn càng nhiều thì năng lực của bạn càng được chứng minh, khả năng thành công càng cao.

Những nhân viên đạt được thành công trong sự nghiệp lớn thường không phải là người chỉ suy nghĩ, xem xét vấn đề theo lối đã có, mà là người biết cân nhắc vấn đề trên lập trường sáng tạo. Làm một nhân viên sáng tạo, thoát khỏi những ràng buộc của ngành nghề, bạn sẽ thấy, nếu có ý thức và khả năng sáng tạo, thành công là một việc rất dễ dàng.

Có một câu châm ngôn La-tinh: "Mỗi người đều là nhà thiết kế vận mệnh của chính mình". Hãy để ý tưởng và quan điểm tự do của bạn được tung cánh bay trong không gian mênh mông, hãy để ham muốn sáng tạo của bạn được tung cánh.

NGUYÊN TẮC THỨ VI

TẬN DỤNG LINH HOẠT NHỮNG CƠ HỘI CÓ LỢI CHO SỰ PHÁT TRIỂN CỦA BẠN

Bạn nên linh hoạt tận dụng các cơ hội có lợi cho sự phát triển của bản thân. Microsoft thông qua hàng loạt biện pháp mang tới cho mỗi cá nhân nhiều cơ hội làm việc khác nhau. Bất kỳ nhân viên nào sẵn sàng tham gia vào công tác quản lý của Microsoft đều được khuyến khích đến làm việc tại các bộ phận dịch vụ khách hàng khác nhau, cho dù đôi khi việc làm này sẽ tăng thêm gánh nặng cho công tác phân chia cơ cấu và điều động ra nước ngoài của Microsoft.

1. CƠ HỘI KHÔNG BAO GIỜ THIẾU

Trong một buổi diễn thuyết, Bill Gates thẳng thắn chia sẻ: "Cơ hội không bao giờ thiếu, nhưng cơ hội đã qua sẽ không bao giờ trở lại. Cơ hội có thể rơi xuống bất kỳ ai, nhưng chỉ những người đã chuẩn bị mới có thể phát hiện, nắm bắt cơ hội và tận dụng cơ hội giúp mình thành công".

Thiên tài lỗi lạc toàn năng người Ý - Leonardo de Vinci từng nói: "Khi cơ hội đến, có người nhìn thấy ngay, có người sẽ nhìn thấy sau khi được người khác hướng dẫn, nhưng cũng có người hoàn toàn không nhìn thấy".

Cơ hội luôn ẩn náu trong từng ngóc ngách của cuộc sống, nếu bạn có một đôi mắt thông minh, bạn sẽ phát hiện ra cơ hội ở mọi nơi mọi chỗ, nhưng nếu bạn không chú ý, bạn sẽ chỉ thấy được vẻ ngoài phẳng lặng như mặt hồ của cuộc sống. Đáng tiếc là, phần lớn mọi người chỉ cảm thấy sự đơn điệu, tẻ nhạt, khô khốc trong công việc, cuộc sống lặp đi lặp lại hàng ngày mà không phát hiện ra cơ hội ẩn chứa trong công việc và cuộc sống muôn màu. Trong khi đó, cơ hội sẽ qua đi mà không thể trở lại, nếu không nắm bắt tốt, có thể cơ hội sẽ bay qua ngay trước mắt bạn.

Ở Mỹ, có một người công nhân thổi bình thủy tinh tên là Ruto. Một ngày đẹp trời, khi đang trong buổi hẹn với bạn gái, anh phát hiện chiếc váy người bạn gái mặc hôm đó rất đẹp. Hóa ra, Ruto đã phát hiện được một cơ hội từ chiếc váy đó, nửa trên đầu gối của váy tương đối nhỏ, khiến phần eo của người bạn gái hiện ra vô cùng quyến rũ. Ruto nghĩ, nếu thiết kế chai thủy tinh giống như chiếc váy của người bạn gái, chắc chắn sẽ rất được hoan nghênh. Qua nhiều lần thử nghiệm và cải tiến, cuối cùng Ruto đã làm ra chiếc chai như thế: cầm vào cổ chai sẽ không còn cảm giác trơn tuột; nhìn bề ngoài, dung dịch đựng trong bình sẽ nhiều hơn thực tế, hơn nữa hình dáng lại cực đẹp.

Chiếc chai thủy tinh do Ruto thiết kế đã được công ty Coca Cala chọn dùng và mua lại bản quyền thiết kế với giá 6 triệu đô la Mỹ. Người công nhân nghèo Ruto trở thành triệu phú trong tích tắc chính nhờ khả năng phát hiện và nắm bắt cơ hội. Về phía công ty Coca Cola, kể từ sau khi mua lại bản quyền và thay đổi hình dáng của chai coca cola vào năm 1923, thị phần tiêu thụ của sản phẩm này được thúc đẩy mở rộng mạnh mẽ.

Cơ hội chính là thời cơ. Những người giỏi nắm bắt cơ hội, vận dụng cơ hội để thúc đẩy sự nghiệp của mình phát triển thường sẽ đạt được hiệu quả "một mũi tên trúng hai đích". Cơ hội sẽ không tồn tại mãi mãi hoặc vĩnh viễn không thay đổi. Không có đôi mắt nhạy bén, bạn sẽ không thể phát hiện cơ hội, cũng giống như "không thấy lông mi trên mắt". Giỏi phát hiện cơ hội, giỏi nắm bắt cơ hội, sự nghiệp của bạn đã thành công một nửa.

Thành công nhờ phát hiện cơ hội

Thường xuyên có người thốt lên rằng: "Nếu cho tôi một cơ hội, tôi sẽ...". Họ buộc vận mệnh mình vào việc đợi chờ cơ hội, những người như thế rất khó thành công.

Cuộc sống không thiếu các cơ hội mà chỉ thiếu tố chất để phát hiện và nắm bắt cơ hội. Nếu có tố chất cao, dù cuộc sống không có cơ hội cũng sẽ sáng tạo ra cơ hội. Có một câu chuyện kể rằng, có hai nhà máy giầy, mỗi nhà máy cử một nhân viên bán hàng đến một đảo trên Thái Bình Dương để giới thiệu quảng cáo giầy da. Sau khi ra đảo, một nhân viên bán hàng gửi điện báo về trụ sở với nội dung: "Người dân trên hòn đảo này không đi giầy, ngày mai tôi sẽ đáp chuyến bay đầu tiên trong ngày quay về thành phố".

Còn một nhân viên bán hàng khác lại gửi điện báo với nội dung là: "Thật tuyệt vời, người dân trên đảo còn chưa có thói quen đi giầy, tiềm năng rất lớn, mong công ty mau chóng gửi hàng đến đây, tôi sẽ thường trú trên đảo này".

Đối mặt với một hoàn cảnh chung, một người chỉ nhìn thấy "thất vọng", một người lại nhìn thấy "thời cơ". Có thể thấy, với người không có tố chất cao, cơ hội dù có hiển hiện ngay trước mắt cũng không biết, còn người có tố chất cao lại có thể phát hiện cơ hội ngay cả khi người khác không nhìn thấy. Rất nhiều cơ hội đang ở trước mắt bạn, quan trọng là bạn có tố chất phát hiện chúng hay không.

Người có tố chất cao sẽ sở hữu đôi mắt nhạy bén, quan sát cơ hội từng giờ từng phút; người có tố chất không cao thì hoàn toàn ngược lại. Nước Mỹ từng dấy lên cơn sốt đào vàng. Cuộc sống đào vàng cực kỳ gian khổ, gian khổ nhất là không có nước uống. Con người vừa tìm mỏ vàng, vừa không ngừng than thở: "Ai cho tôi uống một bình nước mát, tôi tình nguyện tặng họ một đồng vàng", "Ai cho tôi một lần uống nước thoải mái, chỉ có con cháu của quỷ mới không tặng họ hai đồng vàng".

Ya Moer phát hiện cơ hội từ trong những lời than thở đó: Nếu bán nước uống cho những người này, tiền kiếm được còn nhiều hơn cả đi đào vàng. Thế là anh mạnh dạn từ bỏ công việc đào vàng, đi đào giếng nước bằng chiếc cuốc đào vàng ngày trước, đem nước vận chuyển đến thung lũng núi bán cho thợ đào vàng từng bình, từng bình một. Những người bạn cùng đào vàng ồ lên cười nhạo Ya Moer "không đi đào vàng để phát tài mà lại đi làm mấy chuyện buôn bán cỏn con kiếm chút lời bằng đầu móng tay".Sau này, đa phần những người thợ đào vàng trở về với hai bàn tay trắng, thậm chí rất nhiều người phải chịu đói, chịu rét, lưu lạc nơi đất khách quê người; còn Ya Moer lại phát tài chỉ trong một thời gian ngắn nhờ việc bán nước. Cơ hội phát tài của Ya Moer đâu phải do ông trời tặng riêng cho mình anh, tất cả những người đào vàng đều có cảm nhận rất rõ ràng về nỗi khổ không có nước uống, hàng ngày ai ai cũng nghe thấy những lời than thở không ngớt, nhưng họ căn bản không ý thức được đây là một cơ hội tốt, thậm chí còn cười nhạo cách làm của Ya Moer.

Con người luôn chỉ tìm kiếm nguyên nhân qua vẻ bên ngoài, quy kết là điều kiện, là cơ hội, nhưng trên thực tế, tố chất của con người mới là yếu tố mang tính quyết định. Chính tố chất quan sát cơ hội một cách nhạy bén mà những người thợ đào vàng khác không có đã quyết định việc Yamoer có thể phát hiện và có được cơ hội mà người khác không có.

Bill Gates thường khuyên nhân viên của mình: "Chỉ cần giỏi quan sát, bạn sẽ thấy cơ hội tồn tại khắp mọi nơi xung quanh mình, nhiều khi cơ hội ở ngay bên cạnh, thậm chí đã ở trong lòng bàn tay bạn, nhưng mấu chốt là bạn có thể phát hiện hết các cơ hội hay không".

Trong thời đại tràn ngập cơ hội như ngày nay, mỗi cơ hội đều là một khối tài sản lớn, vấn đề là bạn có thể nắm bắt được cơ hội hay không. Cần coi trọng, chú ý phát hiện cơ hội một cách tỉ mỉ, cẩn thận.

Không nên đánh mất cơ hội tốt

Trong một bài diễn thuyết, Bill Gates kể một câu chuyện rằng: Nhiều năm trước, khi còn rất khó để tuyển được công nhân, một giám đốc công ty máy công nghiệp lại phát hiện có đến mấy

chục chàng trai cao to vạm vỡ nằm sưởi nắng trên bãi cỏ công viên Chicago vì không có việc làm. Vị giám đốc này hết sức ngạc nhiên, ông muốn biết nguyên nhân các chàng trai này không đi làm. Một buổi chiều nọ, vị giám đốc đến công viên, phỏng vấn 7 trong số những người đó.

Vị giám đốc phóng khoáng mời những người phỏng vấn hút xì gà, nói chuyện với họ một cách chân tình thoải mái, chẳng mấy chốc đã chiếm được lòng tin của những người cùng nói chuyện, qua đó biết được triết lý nhân sinh của họ cũng như nguyên nhân vì sao những người này không đi làm việc mà lại nằm phơi nắng trên thảm cỏ, hóa ra nguyên nhân đều hoàn toàn giống nhau. Họ nói: “Thế giới này không cho chúng tôi cơ hội”.

Kể xong câu chuyện, Bill Gates cất cao giọng hỏi người nghe dưới khán đài: “Có thật thế giới này không cho họ cơ hội? Không. Cách nói “không có cơ hội” mãi mãi chỉ là lời biện bạch của những kẻ thất bại”.

Đối với mỗi người, cơ hội đều bình đẳng, chẳng qua những người thành công giỏi phát hiện cơ hội, sáng tạo cơ hội; còn những người thất bại lại chỉ biết ngồi đợi chờ cơ hội, mặc cho cơ hội tốt bay qua trước mặt. Cơ hội thật sự thường ẩn mình trong những chuyện tưởng chừng vụn vặt của cuộc sống, khiến những người không giỏi phát hiện để tuột cơ hội mà không hay biết.

Một người thanh niên làm việc trong một trung tâm thương mại đã 4 năm, thành tích bán hàng cứ bình bình, ông chủ không thích anh lắm. Người thanh niên luôn than phiền với bạn rằng: “Ông chủ căn bản không coi trọng mình, mình không muốn làm việc cho ông ta nữa...”.

Khi anh đang nói chuyện với bạn, một khách hàng bước đến và muốn xem một vài chiếc mũ. Nhưng người thanh niên lại không buồn để tâm, tiếp tục nói chuyện với bạn cho đến khi câu chuyện kết thúc mới quay lưng trả lời khách hàng một cách không lấy gì làm dễ chịu cho lắm: “Đây không phải cửa hàng chuyên bán mũ”.

Người khách hàng lại hỏi: “Cửa hàng chuyên bán mũ nằm ở đâu?”.

Người thanh niên trả lời: “Cô đi hỏi quầy tư vấn, họ sẽ cho cô biết cửa hàng chuyên bán mũ nằm ở góc nào”. Hơn 4 năm qua, người thanh niên đã có rất nhiều cơ hội tốt nhưng anh lại chẳng hay biết. Đáng lẽ anh có thể trở thành bạn tốt với tất cả khách hàng anh đã từng phục vụ, chính những người đó có thể khiến anh trở thành nhân viên có giá trị nhất trong trung tâm thương mại này. Bởi họ sẽ trở thành khách hàng quen của anh, sẽ thường xuyên quay lại giao dịch với anh. Nhưng anh đã bỏ qua, thậm chí chối bỏ, cự tuyệt những cơ hội có thể nâng cao giá trị bản thân, anh không để ý đến câu hỏi tư vấn của khách hàng, hoặc trả lời họ một cách hờ hững, lạnh nhạt, vì thế cơ hội cứ trôi đi trước mắt anh hết lần này đến lần khác.

Một học giả thành công nói: “Bạn có thể đi hỏi 10 người bất kỳ bạn gặp, hỏi tại sao họ không thể thu được thành tích tốt hơn trong sự nghiệp. Ít nhất 9 trong số 10 người được hỏi sẽ trả lời bạn rằng, họ không có được cơ hội tốt. Bạn có thể quan sát hành động cũng như công việc trong một ngày của họ, tôi đảm bảo bạn sẽ phát hiện thấy, họ đang từ chối cơ hội tốt tự đến với họ trong mỗi tiếng đồng hồ của một ngày mà không hề hay biết”.

Rất nhiều người bên cạnh chúng ta không những không giỏi phát hiện cơ hội mà còn tự động từ chối cơ hội có lợi cho sự thành công của bản thân mà không hay biết. Người không biết phát hiện và nắm bắt cơ hội không làm việc mà chỉ nghĩ viển vông, sao có thể nhìn thấy cơ hội trước mắt, sao có thể tận dụng cơ hội hoàn thành sự nghiệp của mình?

Đúng như Bill Gates nói: Những người thực sự thành công không bao giờ đợi cơ hội đến mà tự đi tìm và nắm bắt cơ hội, tận dụng cơ hội, chinh phục cơ hội, biến cơ hội thành người phục vụ cho bản thân. Nói cách khác, bất kỳ cơ hội nào đều có thể trở thành “chìa khóa vàng” trong tay những người thành công.

2. SÁNG TẠO CƠ HỘI BẰNG HÀNH ĐỘNG

Bill Gates có thể trở thành tỷ phú và xây dựng nên sự nghiệp phần mềm bá chủ thế giới như ngày hôm nay chính là kết quả của việc ông sáng tạo cơ hội bằng hành động thực tế. Người thành công sở dĩ có thể đi đến vinh quang chính là vì họ không những có thể nắm bắt được cơ hội tốt trời cho, mà quan trọng hơn là họ có thể sáng tạo cơ hội bằng hành động của bản thân.

Bill Gates nói: "Microsoft cần nhất chính là những nhân viên có thể dùng hành động sáng tạo nên cơ hội".

Bất kỳ cơ hội tốt nào đều do bản thân mình sáng tạo nên, nếu bạn ngây thơ tin rằng cơ hội tốt đang đợi bạn ở một nơi nào đó, hoặc cơ hội sẽ tự tìm đến bạn thì không còn nghi ngờ gì nữa, bạn là tên ngốc nhất trên trần gian này. Vì thế, nếu bạn thất nghiệp, đừng chỉ ngồi nhà chờ công việc tìm đến cửa; nếu bạn không tự mình sáng tạo cơ hội, đừng mong cấp trên tăng lương; nếu bạn không tự đi tìm khách hàng bàn chuyện kinh doanh, khách hàng sẽ chẳng bao giờ tự động tìm đến bạn, cho dù bạn có đợi đến khi đầu bạc răng long, thành công chưa chắc đã tìm đến với bạn. Tóm lại, nếu bạn không sáng tạo cơ hội, không phát hiện cơ hội, bạn sẽ trải qua một cuộc đời vô nghĩa, trống rỗng như chuyện "ôm cây đợi thỏ".

Cơ hội luôn dành cho những ai đã chuẩn bị. Nếu một người muốn có cơ hội, họ sẽ biết áp dụng hành động, nhưng nếu người đó chỉ ngồi đợi người khác hai tay bưng "đĩa vàng đĩa bạc" cơ hội đến trước mặt, họ sẽ chỉ nhận được sự thất vọng mà thôi.

Người thành công đều là người giỏi sáng tạo cơ hội

Có hai kiểu thái độ trước cơ hội: một là đợi chờ cơ hội, một là sáng tạo cơ hội. Người thành công không đợi chờ cơ hội mà sáng tạo cơ hội.

Hoàng đế Alexander sau khi tấn công thành thắng lợi, có người hỏi ông, liệu có phải ông đang chờ thời cơ đến để đi tấn công thành khác? Alexander nghe xong câu hỏi, nổi trận lôi đình: "Ngươi cho rằng khi nào thời cơ sẽ đến? Thời cơ là do chúng ta tự sáng tạo ra". Chỉ những người giỏi sáng tạo cơ hội mới có thể lập nên thành tích vĩ đại, vang động bốn phương.

Vua thép Andrew Carnegie từng nói rằng: "Cơ hội là do bản thân nỗ lực tạo nên, bất kỳ ai cũng có cơ hội, chỉ có điều một số người giỏi sáng tạo cơ hội mà thôi!".

Một sinh viên nhạc viện được phân công đến làm công tác tuyên truyền tại một doanh nghiệp. Khi vừa đến, anh thấy rất phiền não, cho rằng chuyên ngành mình học chẳng liên quan gì đến công việc hiện tại, nếu cứ tiếp tục làm việc này lâu dài, không những bỏ lỡ tiền đồ sán lạn phía trước mà càng ngày càng trở nên xa lạ với âm nhạc, những gì học được có thể sẽ bị lãng phí. Vì thế, anh chạy đôn chạy đáo khắp nơi, muốn được chuyển đến một môi trường có thể phát triển năng khiếu của bản thân, nhưng sau nhiều phen bôn ba, anh vẫn không thành công.

Sau đó, anh đành chấp nhận công việc và chỗ làm hiện tại, nhưng quyết tâm phải thay đổi tình trạng "anh hùng không có đất dụng võ" hiện nay. Anh tìm đến gặp Chủ tịch công đoàn công ty, đưa ra kế hoạch lập đội văn nghệ cho công ty. Vừa đúng lúc, doanh nghiệp này đang trên đà thoát khỏi vực sâu tổn thất, chuyển từ làm ăn thua lỗ sang kinh doanh có lãi, nên cũng muốn "treo cờ gióng trống" tuyên truyền, quảng bá về hình ảnh công ty, nâng cao danh tiếng sản phẩm, liền đồng ý với kế hoạch của anh.

Tinh thần được củng cố, anh đi khắp nơi tìm kiếm nhân tài, mua nhạc khí, thiết kế sân khấu, tiến hành đào tạo bồi dưỡng thêm cho đội ngũ không chuyên, chưa đầy nửa năm đã khiến đội văn nghệ có được quy mô ban đầu. Hai năm sau, trình độ biểu diễn của đội văn nghệ công ty đã đứng đầu toàn thành phố, thậm chí không hề kém cạnh so với đội văn nghệ chuyên nghiệp. Còn anh đã trở thành đội trưởng đội văn nghệ danh tiếng lẫy lừng toàn thành phố.

Thông qua sự nỗ lực của bản thân, anh hoàn toàn có thể thay đổi hoàn cảnh của mình, biến tình thế xấu, không thuận lợi thành ưu thế vượt trội, không những “khai khẩn” mảnh đất màu mỡ thể hiện tài năng mà còn nâng cao khả năng lãnh đạo của bản thân, từ đó đặt nền móng vững chắc để tìm kiếm cơ hội phát triển tốt hơn sau này.

Người thành công đều là người giỏi sáng tạo cơ hội. Khi có cơ hội, họ biết nắm bắt cơ hội; khi không có cơ hội, họ biết tạo ra cơ hội.

Cơ hội là bàn đạp của thành công, người thông minh sẽ không đợi “người tốt” đến tặng cơ hội mà chủ động vươn mình tìm kiếm cơ hội và tìm “vàng” mình muốn trong các cơ hội đó. Tuy nhiên, đợi chờ cơ hội cũng không phải là quá trình bị động, cần tích cực chuẩn bị, sẵn sàng chủ động xuất kích.

Làm việc nghiêm túc chính là sáng tạo cơ hội

Đầu thập niên 80 của thế kỷ trước, công ty Goldlion Hồng Công tham gia hoạt động tài trợ cho một tòa báo được tổ chức tại Trung Quốc đại lục với sản phẩm tài trợ là cà vạt do Goldlion sản xuất. Sau khi hoạt động kết thúc, cô La, người chịu trách nhiệm tặng quà đã mang 3 chiếc cà vạt còn thừa gửi lại công ty Goldlion. Việc làm hết sức nhỏ bé này đã để lại ấn tượng vô cùng sâu đậm đối với ông Tăng Hiến Hạnh, Tổng giám đốc công ty Goldlion. Vài năm sau, khi công ty Goldlion chuẩn bị tiến vào thị trường đại lục, cần tìm một người phụ trách nhân sự cho chi nhánh công ty tại đại lục, trong vô vàn nhân tài tại Trụ sở Hồng Công, người đầu tiên ông Tăng nghĩ đến là cô La.

Trên con đường thành công từ một nhân viên rất đỗi bình thường trở thành một Tổng giám đốc của cô La, cơ hội đóng một vai trò nhất định, cơ hội này do chính cô La sáng tạo, vì lúc đầu cô hoàn toàn có thể đem 3 chiếc cà vạt tặng hết cho khách mời hoặc coi đó là của riêng, nhưng nếu làm vậy, cô chưa chắc đã có thành công huy hoàng ngày hôm nay.

Mỗi người đều có thể sáng tạo cơ hội cho chính mình, sáng tạo cơ hội không có nghĩa là cố ý phải đi làm việc gì, mà đơn giản là làm tốt tất cả mọi việc cần và nên làm. Tu dưỡng tốt, hành động tao nhã, phẩm chất trung thực đều sẽ tạo dựng hình ảnh mang thương hiệu của chính bạn ở mọi lúc mọi nơi và cũng luôn tạo cơ hội cho bạn cho đến khi vươn tới thành công.

Một nhà doanh nghiệp thành công nói, sáng tạo cơ hội cho chính mình không được hiểu nhầm, hiểu lệch thành ăn cắp không từ thủ đoạn mà cần thể hiện ở từng việc nhỏ. Làm tốt từng công việc nhỏ chính là tạo nên cơ hội thành công cho chính mình.

Lưu Tịnh làm việc tại một ngân hàng. Công việc chính tại các điểm giao dịch cơ sở trong mạng lưới ngân hàng thường là thao tác đơn thuần lặp đi lặp lại, vì thế tay nghề nghiệp vụ của một sinh viên đại học cũng không có nhiều lợi thế hơn so với học sinh tốt nghiệp cấp 3. Cô cảm thấy thiếu một “sân khấu” để thỏa sức thể hiện bản thân, mà thời gian thì cứ lặng lẽ trôi đi từng ngày trong khối công việc buồn tẻ, nhạt nhẽo đó.

Đương nhiên, ngoài tài năng, sự cần cù, còn cần có cơ hội để mình nổi bật. Nhưng nếu hàng ngày chỉ làm những công việc bình thường, làm thế nào có thể sáng tạo cơ hội?

Một ngày nọ, cô xem chương trình phỏng vấn Bill Gates trên ti-vi và nghe ông nói, cần hoàn thành xuất sắc từng công việc tưởng chừng nhỏ nhặt, vụn vặt, nếu làm tốt 99 lần như vậy, cơ hội vẫn chưa xuất hiện thì cần phải nhẫn nại làm tốt lần thứ 100. Kiên trì làm việc như vậy sẽ sáng tạo cơ hội thành công cho bản thân.

Câu trả lời phỏng vấn của Bill Gates khơi gợi cho Lưu Tịnh rất nhiều điều bổ ích. Từ đó về sau cô nghiêm túc, chăm chỉ hơn trong công việc, công việc nhỏ nhặt nhất cũng được cô hoàn thành vô cùng xuất sắc.

Một ngày kia, một người đàn ông trung niên, dáng vẻ trí thức đến rút khoản tiền tiết kiệm lớn.

Lưu Tịnh phát hiện, chẳng bao lâu nữa sẽ đến kỳ hạn của cuốn sổ tiết kiệm, nếu rút trước sẽ mất đi số tiền lãi tương đối lớn nên đã nhắc nhở người chủ tài khoản. Nhưng vị khách hàng này nói thực sự không còn cách nào khác vì căn hộ ông đặt cọc trước đây đã đến hạn nộp tiền. Cô hỏi kỹ khách hàng về khu vực chung cư, căn cứ theo phương thức thanh toán cũng như chính sách hữu quan của Nhà khai thác khu chung cư này để thiết kế cho khách hàng một phương án trả tiền hợp lý hơn, giải quyết sự lo lắng của khách hàng.

Người chủ tài khoản ngạc nhiên vì một cô gái trẻ như vậy lại có đầu óc tính toán thông minh, khôn khéo đến thế, quan trọng hơn là thái độ, phong thái của cô đều gần như hoàn mỹ trong mắt người khách hàng. Ông cho rằng đây là hình ảnh nhân viên ngân hàng kiểu mới đáng được quảng bá. Sau đó, phóng viên một tờ báo đã đến phỏng vấn và viết bài về cô đăng lên trang nhất, hóa ra người khách hàng này chính là Tổng biên tập tờ báo trong thành phố. Nhân cơ hội này, lãnh đạo ngân hàng đã tận dụng tiếng vang của Lưu Tịnh để xây dựng phòng công tác mang tên cô. Do đáp ứng được nhu cầu đầu tư bắt đầu xuất hiện trong xã hội, cộng với hiệu ứng thương hiệu do tên tuổi của cô mang lại, phòng công tác của Ngân hàng này đã gây dựng được danh tiếng trong các chủ tài khoản toàn thành phố.

Thực ra, khi tiếp vị khách hàng Tổng biên tập đó, Lưu Tịnh hoàn toàn không có ý coi ông là khách hàng đặc biệt, càng không nghĩ đây là một cơ hội, tuy nhiên đây lại trở thành bước ngoặt trong sự nghiệp của cô. Sáng tạo cơ hội thực ra là thái độ nhân sinh tích cực tiến lên, chỉ cần chăm chỉ hoàn thành tốt công việc, cơ hội lúc nào cũng tồn tại bên cạnh.

3. DÁM MẠO HIỂM MỚI CÓ THỂ NẮM BẮT CƠ HỘI THÀNH CÔNG

Bill Gates nói: "Cơ hội chính là khi bạn đi thử nghiệm những công việc mới, chưa làm bao giờ. Nhưng đáng tiếc, rất nhiều người ở Microsoft chỉ lặp đi lặp lại tất cả công việc hằng ngày tại Microsoft. Những người không dám sáng tạo, không dám mạo hiểm đó chẳng bao lâu sau sẽ mất đi sức cạnh tranh, lấy đâu ra cơ hội thành công?".

Microsoft chỉ đề cao những nhân viên có tinh thần mạo hiểm. Họ thà đối đầu với nguy hiểm thất bại để tuyển dụng những người đã từng thất bại, còn hơn tuyển dụng những người lúc nào cũng quá cẩn thận mà không có chút sáng kiến. Ở Microsoft, nhận thức chung của mọi người là, dù có thất bại, tốt nhất cũng phải thử sức với cơ hội, như vậy còn tốt hơn nhiều việc không dám thử sức.

Dám mạo hiểm là tố chất cơ bản của một người thành công và cũng là yếu tố cơ bản một nhân viên cần có. Chỉ khi dám mạo hiểm, bạn mới có cơ hội thành công. Giả sử ngay đến thị trường cổ phiếu bạn cũng không dám bước vào thì đương nhiên bạn sẽ không có cơ hội kiếm tiền, nếu bạn dám thử sức, bạn sẽ có 50% cơ hội.

Trong xã hội hiện đại, rủi ro càng lớn, lợi nhuận càng cao, vì thế con người mới không ngừng mạo hiểm. Mạo hiểm là gì? Mạo hiểm chính là nắm bắt cơ hội, bạn không dám mạo hiểm, đồng nghĩa với việc để lỡ rất nhiều cơ hội.

Không có rủi ro sẽ không có thu hoạch

Cuộc sống vốn là một trò chơi mạo hiểm. Những người chỉ mong một đời yên bình, lặng lẽ sẽ không dám mạo hiểm, cũng sẽ không mạo hiểm, những người như vậy mãi mãi không thể thành công. Nhiều khi cơ hội thành công luôn đồng hành cùng rủi ro mạo hiểm. Muốn nắm bắt cơ hội thành công, phải mạo hiểm một chút, nếu không sẽ mất đi rất nhiều cơ hội có thể là bước ngoặt quan trọng trong cuộc đời, khiến cuộc sống luôn là chuỗi ngày bình thường, không có bất kỳ sáng kiến hay kỳ tích gì.

Sự thay đổi của thế giới, sự thành công trong kinh doanh thường thuộc về những người dám nắm bắt cơ hội, dám mạo hiểm. Về bản chất, sự vận động của tính mạng chính là một chuyến thám hiểm, nếu không chủ động đón nhận thách thức, rủi ro thì sẽ là ngồi đợi rủi ro giáng xuống một cách bị động. Mạo hiểm luôn mang đến cho bạn cơ hội xuất chúng tốt hơn nhiều so với việc cứng nhắc tuân thủ nguyên tắc đã định hình.

Việc làm đầu tiên sau khi Jim Burke thăng chức Trưởng phòng sản phẩm mới của công ty John là nghiên cứu chế tạo một thiết bị mát-xa vùng ngực dành cho trẻ em. Tuy nhiên, quá trình sản xuất thử sản phẩm này thất bại, Jim Burke thầm nghĩ, kiểu này chắc chắn bị ông chủ đuổi việc.

Jim Burke bị gọi đến gặp Giám đốc điều hành công ty, tuy nhiên anh lại được đón tiếp chu đáo đến ngạc nhiên. “Anh chính là người khiến công ty chúng ta thiệt hại một số tiền lớn đó sao?”, Robert Wood Johnson, Giám đốc điều hành công ty John hỏi. “Được đấy, nhưng tôi lại cần chúc mừng anh. Anh dám mắc lỗi có nghĩa là anh dám mạo hiểm. Công ty chúng ta cần những người có tinh thần mạo hiểm như anh, như vậy công ty mới có cơ hội phát triển”.

Nhiều năm sau, chính Jim Burke trở thành Giám đốc điều hành công ty John, anh mãi khắc ghi câu nói của Giám đốc điều hành năm nào.

Giám đốc điều hành một công ty lớn của Mỹ đã tổng kết một cách đầy thuyết phục rằng: “Thực ra, có tinh thần mạo hiểm hay không sẽ biểu hiện khả năng suy nghĩ và sức hấp dẫn về nhân cách của một nhân viên”. Là một nhân viên, chỉ khi bạn đầu tư tinh thần mạo hiểm vào công việc, ông chủ mới cảm thấy sự cố gắng của bạn.

Mạo hiểm là một kiểu dũng khí và sức hấp dẫn thể hiện ở con người. Kinh nghiệm đã qua cho chúng ta biết rằng: Mạo hiểm luôn kết bạn đồng hành với thu hoạch. Colombo nếu không thực hiện chuyến thám hiểm trên biển, liệu có thể đặt chân đến châu lục mới hay không? Đác-uyn không đích thân thám hiểm, thu thập tài liệu, liệu có hoàn thành “Thuyết tiến hóa” vĩ đại hay không? Trong thị trường cổ phiếu đầy sóng gió, không có hành động đón nhận thách thức, liệu có thu được số tiền khổng lồ hay không? Cơ hội luôn gắn liền với rủi ro, nắm bắt cơ hội trong thời khắc quan trọng thì chắc chắn sẽ thành công. Nếu bạn luôn mong chờ thành công nhưng lại sợ rủi ro, vậy thì xin lỗi, thành công sẽ lần lượt lướt ngang qua người bạn.

Mặt sau của rủi ro là cơ hội

Trong bất kỳ ngành nghề nào, nếu loại trừ tất cả rủi ro thì cũng có nghĩa là đánh mất hết các cơ hội tiềm năng. Rủi ro luôn mang theo cơ hội, dám nhìn thẳng vào rủi ro, dám mạo hiểm, sẽ càng dễ để nắm bắt cơ hội thành công.

Masao Watanabe, người sáng lập công ty bất động sản Owatari Nhật Bản ban đầu chỉ là một thương nhân nhỏ, ông phát hiện bất động sản là một ngành nghề rất có tiền đồ và muốn kinh doanh trong ngành đó. Nhưng do vừa không đủ vốn, vừa không có kinh nghiệm, ông bèn quyết định xin vào làm tại công ty bất động sản Okura, nhằm học hỏi kinh nghiệm, xây dựng nền tảng lập nghiệp về sau. Nhưng công ty Okura lại không muốn nhận ông, chẳng còn cách nào khác, ông đành xin được làm việc không lương trong thời gian 1 năm ở công ty Okura. Trong 1 năm này, Masao Watanabe dốc sức làm việc, nắm vững khối lượng lớn thông tin và kinh nghiệm. Khi Okura muốn tuyển dụng ông với mức lương cao thì ông lại quyết định rời đi. Bằng tất cả những cách có thể, ông tập hợp đủ số vốn và bắt đầu công việc kinh doanh nhà đất.

Với nhiều người, hành động làm công không lương của Masao Watanabe chẳng có gì đáng kể, nhưng đối với Masao Watanabe nghèo khó lại là một mạo hiểm vô cùng lớn.

Khi mới lập nghiệp, có người giới thiệu cho Masao Watanabe một mảnh đất rộng hàng nghìn mét vuông với giá rất rẻ, mọi người khi đó chê mảnh đất này không có đường đi, cũng không có hệ thống giao thông công cộng, nhưng đây lại là mảnh đất gần với khu đất của Thiên Hoàng, có thể khiến mọi người cảm thấy dường như đang được sống trong một môi trường giống như của Đế

vương, có thể nâng cao giá trị bản thân, thỏa mãn lòng tự tôn.

Mặc dù mảnh đất đã được giới thiệu với tất cả các công ty nhà đất nhưng vẫn không có ai muốn mua. Masao Watanabe quyết tâm mua mảnh đất này nên đã dốc sức vay mượn gom vốn đủ để trả một phần tiền đặt cọc. Người trong nghề cười nhạo ông là tên ngốc, bạn bè thân thiết cũng lo lắng thay cho sự mạo hiểm của ông. Masao Watanabe không chút đắn đo, ngược lại càng quyết đoán nắm chặt cơ hội này hơn.

Sau chiến tranh, kinh tế Nhật Bản bắt đầu phát triển nhanh chóng. Thu nhập của người dân tăng nhanh, mọi người dần cảm thấy chán ghét môi trường thành phố ngập tràn tiếng ồn và ô nhiễm, hướng về thế giới tự nhiên bao la. Mảnh đất núi của Masao Watanabe lại được bao bọc trong bầu không khí trong lành, hơi thở của đất cũng như cảnh sắc thiên nhiên yên bình, dần dần có người thấy có hứng thú với nơi đây. Thừa cơ, Masao Watanabe dốc sức quảng cáo môi trường tuyệt vời ở đó trên các báo, tạp chí, thu hút một số người thuộc tầng lớp giàu có đến đặt biệt thự hoặc vườn cây. Một số người kinh doanh trang trại thấy nơi đây có nhà ở và đất trồng cho thuê, cũng dồn dập đến định cư, bắt đầu công việc trồng rau xanh và cây ăn quả.

Khoảng một năm sau, Masao Watanabe đã bán được 80% diện tích mảnh đất rộng hàng nghìn mét vuông trên núi và kiếm được 5 tỷ Yên Nhật chỉ trong nháy mắt. Ông lại dùng số tiền kiếm được đầu tư xây đường, chỉnh đốn khuôn viên và dự định biến 20% đất còn lại thành những khu biệt thự. Sau 3 năm, khu đất đã biến thành một thành phố biệt thự lộng lẫy, số tiền Masao Watanabe kiếm được nhờ thế lên tới con số hơn chục tỷ Yên Nhật.

Khi tổng kết lại kinh nghiệm thành công của bản thân, Masao Watanabe nói: “Sở dĩ tôi có thể thành công là vì tôi dám mạo hiểm. Khi lựa chọn một dự án đầu tư, nếu người khác đều nói là có thể, đó không còn là cơ hội nữa, cơ hội người khác đều có thể nhìn thấy sẽ không phải là cơ hội. Mỗi lần tôi lựa chọn đều là dự án người khác nói là không thể, chỉ những cơ hội người khác còn chưa phát hiện ra mà bạn đã phát hiện ra mới là cơ hội vàng, cho dù làm như vậy rất mạo hiểm, nhưng không mạo hiểm sẽ không có chiến thắng, chỉ cần có 50% hi vọng thì đều đáng để mạo hiểm”.

Trong công ty, tài hoa và năng lực của một người chỉ khi trải qua mạo hiểm, khắc phục hết cửa ải khó khăn này đến cửa ải khó khăn khác mới có thể tôi luyện và bộc lộ. Còn những người chỉ biết an phận với hiện tại, không có chí tiến thủ, người không có cảm giác khủng hoảng, không muốn tham gia cạnh tranh, nỗ lực tranh đấu thì phần thưởng họ đạt được không phải là thành công, mà là thất bại.

Dám mạo hiểm là bước đầu tiên trên con đường thành công trước thử thách, người dám đối mặt với rủi ro lớn nhất, dám mạo hiểm nhất mới có thể nắm bắt cơ hội thành công, mới có thể nổi bật hẳn lên từ trong vô vàn nhân viên, mới có thể đặt nền tảng vững chắc cho sự nghiệp thành công của mình, thực hiện hơn nữa giá trị lớn nhất của cuộc đời mình.

4. TRÂN TRỌNG VÀ TẬN DỤNG CÁC CƠ HỘI LÀM VIỆC KHÁC NHAU DO CÔNG TY CUNG CẤP

Bill Gates nói: “Bạn phải cực kỳ linh hoạt để tận dụng các cơ hội có lợi cho sự phát triển của mình. Ở Microsoft, chúng tôi thường thông qua hàng loạt biện pháp để mang đến cho mỗi người nhiều cơ hội làm việc khác nhau. Bất kỳ nhân viên nào nhiệt tình tham gia công tác quản lý đều được Microsoft khuyến khích làm việc tại các bộ phận dịch vụ khách hàng khác nhau, cho dù đôi khi việc làm này tăng thêm gánh nặng cho Microsoft trong việc mở chi nhánh hoặc điều động công tác nước ngoài”.

Không chỉ Microsoft, các doanh nghiệp hiện đại đều chú trọng không gian phát triển cho nhân viên, mang đến cho mỗi nhân viên cơ hội phát triển tốt nhất. Tuy nhiên, rất nhiều người không thể tận dụng cơ hội do công ty mang lại để tạo thành sự nghiệp của riêng mình.

Trương Sa Sa chính là một người như vậy. Sau khi tốt nghiệp đại học, cô tìm được một công việc khá tốt trong một công ty sản xuất. Một ngày nọ, cấp trên giao cho cô một việc không trong phạm vi chức trách của mình, cô đã từ chối. Một lần khác, giám đốc bộ phận khác hỏi cô có muốn thử làm công việc tại đó không, cô cũng từ chối. Do Trương Sa Sa không muốn gánh thêm bất cứ nhiệm vụ gì, cũng không muốn đón nhận cơ hội làm việc trên các cương vị khác nhau, kết quả là cấp trên cho rằng cô không có chí tiến thủ, không muốn trưởng thành trong công việc. Từ đó về sau, họ không giao cho cô thực hiện những nhiệm vụ quan trọng nữa. Cô đã để mất bao nhiêu cơ hội thể hiện tài năng của mình.

Giả sử cô tiếp nhận nhiệm vụ mới và hoàn thành một cách xuất sắc thì cơ hội tăng lương, thăng chức chắc chắn đang đợi cô ở phía trước. Đáng tiếc là cô đã không nắm bắt cơ hội được tặng ngay trước mắt.

Tất cả những người giành được thành công trong công việc đều vui vẻ tiếp nhận và rất mực trân trọng các cơ hội làm việc khác nhau do công ty cung cấp, bởi họ biết, các cơ hội làm việc khác nhau có thể nâng cao năng lực bản thân trên nhiều phương diện, điều đó có lợi cho sự trưởng thành của bản thân.

Ai cũng cảm thấy Trương Đình rất may mắn. Chuyên ngành cô học không chiếm quá nhiều ưu thế trong ngành này, vẻ ngoài rất đỗi bình thường, năng lực cũng không quá vượt trội, nhưng kể từ khi vào công ty, cô hoàn thành xuất sắc công việc trong bất kỳ bộ phận nào, mỗi lần điều động đều trở thành một cơ hội thăng chức.

Chỉ có bản thân Trương Đình biết rõ nguyên nhân của những cơ hội thành công đó.

Khi mới vào công ty, với trình độ chuyên môn bình thường, cô được phân về bộ phận hành chính làm một nhân viên như nhiều người khác. Trương Đình không gây chuyện thị phi, chỉ lặng lẽ làm việc. Nhưng thỉnh thoảng cô lại bộc lộ tài năng xuất chúng, ví như phát hiện đồng nghiệp nhập sai số liệu, cô âm thầm sửa lại; lãnh đạo yêu cầu làm việc gì, cô làm việc đó nhưng luôn hoàn thành tốt nhất trong thời gian ngắn nhất. Khi mọi người than vãn công việc nhàm chán, ông chủ ki bo, tàu điện đông đúc thì cô lại lặng lẽ làm quen với tất cả các nhân vật chính của các phòng ban trong công ty.

Sau đó, giám đốc thị trường thỉnh thoảng nhìn thấy những biểu hiện rất lịch sự, đúng mực của Trương Đình khi nghe điện thoại cũng như xử lý từng công việc nhỏ nên muốn cô thay vào chỗ trống đang khuyết trong phòng ông.

Phòng thị trường khiến thế giới của cô bỗng nhiên được mở rộng hơn rất nhiều. Nét đặc biệt của Trương Đình vẫn là âm thầm cố gắng như trước đây. Nửa năm sau, mấy bản báo cáo phân tích thị trường xác thực của cô đã giúp cô ghi điểm. Một năm sau, cô đã thành nhân vật được mọi người công nhận tại phòng thị trường. Chứng kiến bài phát biểu lô-gíc, rõ ràng, lưu loát của cô trong hội nghị toàn công ty, đồng nghiệp phòng hành chính không khỏi ngỡ ngàng.

Vừa thăng chức Phó Phòng thị trường chưa được bao lâu, ông chủ đã hỏi cô có muốn đón nhận thử thách, chuyển sang phòng kinh doanh không mấy khả quan hay không. Là cơ hội hay là hố sâu, chẳng ai có thể trả lời khi ấy. Trương Đình lựa chọn thử sức mình.

Tình hình phòng kinh doanh còn tồi tệ hơn so với tưởng tượng của cô. Trương Đình quyết định lựa chọn một kho hàng tồn nhiều nhất ở miền bắc làm trạm dừng chân đầu tiên. Mùa đông phương bắc, một mình cô mượn một chiếc xe đạp, tìm đến đại lý bán hàng của công ty để tìm hiểu nguyên nhân hàng không bán được. Vài tháng sau, tình hình bắt đầu được cải thiện.

Một năm sau, cô được điều đến Phòng khách hàng. Đơn đặt hàng đầu tiên có được khi cô đến gặp một cục trưởng, tình cờ nghe thấy một cục trưởng khác đang gọi điện thoại bàn về cuộc họp ngày hôm sau tại một danh thắng nào đó. Công việc đầu tiên sau khi Trương Đình quay về công ty là tìm hiểu khách sạn nơi họ ở. Chiều muộn ngày hôm sau, Trương Đình gặp các cục trưởng tại

sảnh khách sạn trong trang phục một người đi du lịch.

Mấy ngày sau đó, họ mời cô cùng tham gia hoạt động, ca hát, đánh bài, dự tiệc. Cứ như thế, những người vốn đã quen biết cô càng hiểu cô hơn, những người chưa quen bắt đầu có ấn tượng đầu tiên, danh sách khách hàng của cô tăng thêm một nhóm nhân vật tương đối có sức mạnh, địa vị trong xã hội. Nửa năm sau, đơn đặt hàng đầu tiên đến từ một người trong nhóm khách hàng đó.

Là một nhân viên, không nên chỉ suốt ngày than vãn ông chủ không cho bạn cơ hội, lúc rảnh rỗi hãy thử nghĩ kỹ xem, bạn đã hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ mà ông chủ giao phó hay chưa?

Khi công ty cử bạn đảm nhiệm chức vụ quan trọng hơn, phụ trách phần việc gian khó hơn, liệu bạn có chìa vai gánh vác ngay mà không chút do dự hay không? Nếu công việc các nhà bạn 300 km, liệu bạn có thể rời bỏ vợ con cũng như môi trường sống quen thuộc lâu nay hay không?

Nếu câu trả lời là không, bạn đừng oán trách cơ hội không đến gõ cửa nhà bạn.

Công ty mang đến cho bạn các cơ hội làm việc khác nhau, thực chất là cho bạn cơ hội phát triển. Nếu bạn có thể làm việc tại những bộ phận khác nhau trong công ty, bạn có thể học được nhiều hơn, có thể hiểu hơn về tổng thể vận hành của toàn bộ công ty, có thể rèn luyện khả năng làm việc tại những cương vị khác nhau, rồi sẽ có một ngày, bạn trở thành người có giá trị nhất trong công ty.

5. NẮM BẮT TỪNG CƠ HỘI ĐỂ THỂ HIỆN BẢN THÂN

Chúng ta thường xuyên nghe thấy một số người kêu ca rằng cơ hội không đến, oán trách ông trời bất công. Mỗi khi nhìn thấy người khác thành công thì luôn quy kết tại “số may”. Trên thực tế, cơ hội công bằng với tất cả chúng ta. Phấn đấu trong môi trường làm việc, nắm bắt từng cơ hội để thể hiện bản thân thì bạn mới có thể trở nên nổi bật.

Trong “Bức thư gửi học sinh Trung Quốc”, Phó Giám đốc điều hành Microsoft Lý Khai Phúc viết: “Cho dù bạn làm tốt công việc của mình đến đâu đi nữa, nếu không biết cách diễn đạt, không có cách nào chia sẻ để nhiều người cùng hiểu thì bạn có làm cũng như không. Nếu muốn đạt được thành công trong doanh nghiệp thời hiện đại, phải nắm bắt cơ hội thể hiện bản thân. Cần biết cách thể hiện ưu điểm của mình trước lãnh đạo và đồng nghiệp, sau khi có thành quả nghiên cứu hoặc sáng kiến kỹ thuật, cần phải chia sẻ với đồng nghiệp, người trong ngành thông qua các con đường như diễn thuyết, giao lưu hay luận văn. Chỉ khi biết cách thể hiện tài năng của bản thân, bạn mới có thể có được cơ hội thật sự trong công việc.

Làm cho bản thân trở nên nổi bật

Mỗi nhân viên đều có lý tưởng và mục tiêu riêng của mình, nhưng bước đầu tiên trong cuộc đời là phải học cách thể hiện bản thân, sáng tạo cơ hội cho bản thân.

Giám đốc Lâm làm công việc bán hàng đã lâu. Một lần, ông đi nghe buổi diễn thuyết của một chuyên gia quản lý. Trong quá trình diễn thuyết, chuyên gia hỏi: “Trong số các bạn ngồi đây, có bao nhiêu người thích kinh tế học?”. Không ai lên tiếng. Đa phần người đến nghe thuyết giảng đều làm trong ngành kinh tế, họ đến đây với mục đích “nạp điện” cho bản thân. Nhưng do sợ bị hỏi, sợ phải trả lời, mọi người đều lựa chọn im lặng.

Chuyên gia gượng cười, nói: “Tạm dừng một lát, tôi kể các bạn nghe một câu chuyện.

Khi tôi vừa đặt chân sang Mỹ du học, trường đại học thường xuyên tổ chức các buổi thuyết giảng, lần nào cũng mời các nhà quản lý cao cấp của phố Wall hoặc công ty xuyên quốc gia đến

thuyết giảng. Trước khi buổi thuyết giảng bắt đầu, tôi phát hiện một hiện tượng vô cùng thú vị. Bạn bè quanh tôi ai cũng cầm một tờ giấy cứng, gấp làm đôi để nó có thể đứng được, sau đó viết tên mình thật to bằng bút màu rực rỡ và đặt tờ giấy ngay trước mặt. Nhờ thế, khi cần tìm người trả lời câu hỏi, người thuyết giảng có thể trực tiếp gọi tên. Tôi thực sự không hiểu vì sao, bèn hỏi bạn ngồi bên cạnh. Anh ấy mỉm cười trả lời tôi, người thuyết giảng đều là nhân vật hàng đầu trong nghề, giao lưu với họ cũng là một cơ hội. Khi câu trả lời của bạn làm họ hài lòng hoặc kinh ngạc, rất có thể họ sẽ tặng bạn nhiều cơ hội hơn so với những người khác. Đây là một đạo lý vô cùng đơn giản. Sự thật cũng đúng như vậy, tôi đã thấy một vài người bạn quanh mình cuối cùng đã được các công ty hàng đầu tuyển dụng vì có cách nghĩ sáng tạo".

Sau khi chuyên gia kể xong câu chuyện, Giám đốc Lâm cũng như mọi người khác đều chủ động giơ tay phát biểu.

Trong bối cảnh nhân tài đông đúc, cạnh tranh ngày một kịch liệt, cơ hội thường không tự động tìm đến bạn. Chỉ khi bạn dám thể hiện mình để người khác biết bạn, bạn thu hút được sự chú ý của đối phương thì mới có thể tìm được cơ hội.

Được tôn xưng là nhân viên bán hàng vĩ đại nhất thế giới, Joe Girard luôn mang theo mình danh thiếp, hễ gặp ai liền đưa ngay cho người đó, mục đích ông làm như vậy là để quảng cáo chính mình, sáng tạo cho mình nhiều cơ hội hơn.

Phó Giám đốc điều hành Microsoft Lý Khai Phúc kể câu chuyện về một nhân viên biết nắm bắt cơ hội thể hiện bản thân như sau:

"Một lần, tôi nhận được một tờ đơn xin việc rất đặc biệt. Không giống với những người đi xin việc xưa nay, trong hồ sơ xin việc của người này có cả bản khai lý lịch cá nhân, hướng nghiên cứu của anh về Microsoft cũng như lý do vì sao anh cho rằng mình là ứng cử viên thích hợp nhất, ngoài ra còn có những bài báo đã đăng, thư giới thiệu của giáo sư và đề tài anh mong được tiếp tục theo đuổi sau khi đến Microsoft. Mặc dù anh không tốt nghiệp từ trường đại học nổi tiếng nhất Trung Quốc, nhưng cách anh "tự quảng cáo" mình lại rất có hiệu quả. Tôi nhìn thấy sự nhiệt tình và nghiêm túc từ những giấy tờ đó. Vào vòng phỏng vấn, anh ấy lại đưa cho tôi một hồ sơ cá nhân đầy đủ. Sau cùng, khi tôi hỏi anh ta có câu hỏi gì cần hỏi tôi hay không, anh ấy quay lại hỏi: "Ông có còn thắc mắc phân vân gì về tôi hay không?". Khi đó, tôi thực sự hoài nghi không biết liệu anh ấy có thể làm việc trong lĩnh vực nghiên cứu mới hay không, nên đã hỏi thêm anh ấy những câu hỏi liên quan về vấn đề này. Anh đã đưa ra hai ví dụ rất có sức thuyết phục. Cuối cùng, chúng tôi đã tuyển người thanh niên xin việc này. Hiện nay anh ấy làm việc rất xuất sắc".

Lý Khai Phúc cảm thán: "Người có thể thể hiện chính mình, có thể sáng tạo cơ hội cho chính mình mới là người giành được cơ hội thật sự".

Giỏi thể hiện mình, ghi điểm cho sự thành công

Một người biết cách thể hiện mình, cơ hội thành công sẽ nhiều hơn những người khác. Có tài năng mà không biết cách thể hiện là bi kịch của cuộc sống, bởi vì khiếm khuyết này sẽ khiến bạn mất đi rất nhiều cơ hội thành công.

Những người than vãn rằng cơ hội được phân chia không đồng đều luôn thấy bản thân không gặp được cơ hội tốt để thể hiện. Thực ra, không phải không có cơ hội thành công, mà do bạn không nhận biết được cơ hội, không nắm bắt được cơ hội và không tận dụng được cơ hội.

Anh A là một nhân viên văn phòng trong công ty hợp tác đầu tư, cho rằng bản thân luôn nung nấu hoài bão nhưng không được cấp trên biết đến chứ đừng nói gì đến ngợi khen, vì thế luôn nghĩ rằng: nếu có một ngày được gặp ông chủ, có cơ hội thể hiện mình thì tốt biết mấy.

Đồng nghiệp của anh A là anh B cũng có chung ý nghĩ như vậy, nhưng anh B đã tìm hiểu thời gian đi về của ông chủ, biết được khoảng thời gian nào ông chủ vào thang máy, anh cũng vào thang

máy giờ đó, hy vọng gặp được ông chủ, có cơ hội cất lời chào hỏi.

Đồng nghiệp của anh A và anh B là anh C lại tiến xa hơn, anh tìm hiểu kỹ về quá trình phấn đấu của ông chủ, biết rõ ông chủ tốt nghiệp trường nào, phong cách giao thiệp ra sao, vấn đề ông quan tâm nhất là gì, thậm chí còn dày công thiết kế màn chào hỏi ngắn gọn nhưng súc tích. Sau khi biết rõ thời gian ông chủ vào thang máy, sau vài lần chào hỏi, anh đã có cơ hội nói chuyện với ông chủ và không lâu sau phấn đấu vào làm ở một vị trí lý tưởng.

Kẻ ngốc để lỡ cơ hội, người thông minh biết nắm bắt cơ hội, người thành công biết sáng tạo cơ hội. Cơ hội chỉ dành cho những ai đã chuẩn bị sẵn sàng, hai chữ “chuẩn bị” không chỉ đơn giản là nghĩ, là nói đơn thuần. Cơ hội bình đẳng với tất cả mọi người. Nhưng cơ hội chỉ coi trọng những người đã có sự chuẩn bị. Muốn đạt được thành công trong công việc cần nắm bắt từng cơ hội thể hiện mình.

Chỉ tiêu phòng đối ngoại của công ty nơi Thanh Thanh làm việc vốn chỉ có 7 người, điều đó đồng nghĩa rằng sớm muộn cũng có một người bị sa thải. Hơn nữa, hiện nay vị trí trưởng phòng lại đang khuyết, vì thế dẫn đến cạnh tranh trong nội bộ phòng ngày một kịch liệt, căng thẳng đến nỗi có người vắt óc suy nghĩ tìm cách “cướp” khách hàng của người khác.

Thanh Thanh không thích không khí làm việc căng thẳng như vậy, cô chỉ biết làm tròn bổn phận trách nhiệm công việc của mình, chấp nhận bị người khách gọi là “anh hùng vô danh”. Trước sau như một, cô luôn im lặng, chỉ biết dốc sức làm việc mà không đòi hỏi thù lao, vì thế trở nên nổi tiếng vì biết kiên nhẫn, chịu đựng và đương nhiên trở thành đối tượng bị sa thải trong mắt ông chủ. Cho dù xét về các tiêu chuẩn như học lực, thái độ, năng lực làm việc hay đánh giá của dư luận, cô đều rất khá, nhưng cô chưa bao giờ thể hiện mình trước ông chủ, vì thế ông chủ luôn cho rằng cô là một người chẳng có tài cán gì.

Sau khi nhận được thông báo cắt hợp đồng trước một tháng của phòng nhân sự, Thanh Thanh như bị giáng một đòn rất mạnh vào đầu, mãi không hoàn hồn được. Cô chưa bao giờ nghĩ, hai năm cố gắng, nỗ lực của mình không những không được thừa nhận, tôn trọng, mà ngược lại còn bị sa thải. Cô có phần không cam tâm.

Một hôm, một khách hàng lớn sắp ký hợp đồng với công ty đưa ra yêu cầu muốn đến thăm công ty trước rồi mới đặt bút ký vào hợp đồng. Một khi hợp đồng cung cấp hàng dài hạn cho khách hàng lớn này được ký, cả công ty sẽ không phải lo lắng tối thiểu nửa năm. Khách hàng này là một công ty liên doanh lớn. Trong đoàn khách đến thăm có một vài người Nhật Bản, họ chính là nhân vật quyết sách của lần ký hợp đồng này, điều đó hoàn toàn nằm ngoài dự đoán của công ty. Khi đoàn khách đến, do ngôn ngữ bất đồng, hai bên không thể tiến hành trao đổi, tình thế trở nên cực kỳ khó xử. Đúng lúc ông chủ cảm thấy khó khăn nhất, Thanh Thanh đã không bỏ lỡ thời cơ, trao đổi với khách hàng bằng vốn tiếng Nhật nhuần nhuyễn, cứu ông chủ cũng như công ty khỏi một phen khốn khó. Thanh Thanh đưa đoàn khách tham quan công ty, buổi chuyện trò diễn ra trong bầu không khí vui tươi, nhẹ nhàng. Nhờ khả năng diễn đạt, trao đổi tốt, cộng thêm kinh nghiệm đàm phán phong phú và sự hiểu biết sâu về nghiệp vụ, cuối cùng cô đã giúp công ty ký được hợp đồng lớn một cách thuận lợi.

Khả năng tùy cơ ứng biến cùng với khả năng giao tiếp tiếng Nhật lưu loát của Thanh Thanh làm ông chủ vô cùng ngạc nhiên nhưng vẫn không quên hết lời tán thưởng. Ấn tượng về Thanh Thanh trong đầu ông chủ cũng vì thế mà bất ngờ thay đổi. Một tháng sau, Thanh Thanh không những không bị sa thải mà còn tạm giữ chức trưởng phòng đối ngoại của công ty.

Cơ hội chính là đèn chiếu được lắp để tôn vinh tài hoa. Nếu chỉ có tài năng vẫn chưa đủ, cần thể hiện tài năng đó ra ngoài để cấp trên và đồng nghiệp đều biết. Biết nắm bắt thời cơ, thể hiện tài năng và sở trường của mình ở những thời khắc quan trọng có thể đạt được hiệu quả “một mũi tên trúng hai đích”.

HỌC PHƯƠNG PHÁP ĐIỀU HÀNH, QUẢN LÝ KINH DOANH, QUAN TÂM, THEO SÁT SỰ PHÁT TRIỂN CỦA DOANH NGHIỆP

ột nhân viên xuất sắc sẽ luôn cố gắng hết mình để tìm hiểu, học hỏi nguyên lý kinh tế vận hành nghiệp vụ của công ty: Tại sao nghiệp vụ của công ty lại được vận hành như thế này? Mô hình nghiệp vụ của công ty là gì? Làm thế nào mới thu được lợi nhuận?

Người nhân viên cần phải hiểu nguyên lý khiến các doanh nghiệp trong ngành có lãi hoặc thất thu mới có thể có sự hiểu biết sâu sắc hơn về giá trị công việc mình đang làm.

Trong giới đi làm ngày nay, rất nhiều người giỏi chuyên môn kỹ thuật nhưng lại không biết gì về phương thức quản lý và kinh doanh. Họ không hào hứng với nguyên lý kinh tế, càng không muốn tìm hiểu quy trình vận hành nghiệp vụ của công ty, vì thế càng không muốn học và hiểu cách thức quản lý.

Đối với những người như vậy, học và hiểu phương thức quản lý kinh doanh là việc của ông chủ và những người làm công tác quản lý, không liên quan gì đến họ, họ chỉ cần làm tốt công việc thuộc bổn phận, trách nhiệm của mình là được. Họ đâu biết rằng, các doanh nghiệp ngày nay đều kêu gọi "nhân tài toàn diện". Là một nhân viên, nếu chỉ có kiến thức về một mặt nhất định, bạn sẽ bị hạn chế rất nhiều trong công việc, bởi vì kiến thức một chuyên ngành thường không đủ để giải quyết vấn đề phức tạp trong kinh doanh.

Bill Gates nói: "Một nhân viên xuất sắc sẽ luôn cố gắng hết mình để tìm hiểu, học hỏi nguyên lý kinh tế trong việc vận hành nghiệp vụ của công ty: Tại sao nghiệp vụ của công ty lại được vận hành như thế này? Mô hình nghiệp vụ của công ty là gì? Làm thế nào mới thu được lợi nhuận?". Theo Bill Gates, một nhân viên không những cần phải hiểu kỹ thuật mà càng cần phải học phương thức quản lý kinh doanh.

Nhân viên các doanh nghiệp hiện đại cần là nhân tài tổng hợp, vừa có trình độ kỹ thuật, vừa hiểu quản lý, hiểu thị trường. Chỉ biết kỹ thuật, không biết kinh doanh, không hiểu quy luật thị trường đều không được.

Một công ty kỹ thuật cao có một nhân viên nghiên cứu có trình độ kỹ thuật vững vàng tên là Đường Đông. Sản phẩm mới do anh nghiên cứu, sáng chế đã từng giúp công ty thoát khỏi bờ vực phá sản. Trước sự giới thiệu của Bí thư Đảng ủy công ty, Đường Đông được thăng chức Tổng giám đốc công ty.

Mấy năm đầu, được Bí thư Đảng ủy đức cao vọng trọng tích cực ủng hộ trong công việc, Đường Đông tránh được các công việc hành chính cũng như các mối quan hệ xã hội phức tạp, tập trung sức lực vào công tác nghiên cứu, khai thác sản phẩm mới, vì thế doanh thu của công ty vẫn được đảm bảo. Nhưng sau khi Bí thư Đảng ủy nghỉ hưu, tình hình trái ngược hoàn toàn, một mặt do anh thiếu năng lực tổ chức cũng như trình độ quản lý, mặt khác do một phó giám đốc trong ban lãnh đạo có hiềm khích với anh vì không được thỏa mãn khi bị anh ngăn cản trong việc mua nhà và đưa con trai vào công ty. Sau đó, trong việc bán sản phẩm, Đường Đông lại không đồng ý phương án "thu hồi vốn sau" của Trưởng phòng kinh doanh, dẫn đến sự bất mãn của nhân viên bán hàng. Vị phó giám đốc và trưởng phòng kinh doanh liên kết với nhau chống lại anh, khiến doanh thu bán hàng của công ty ngày một đi xuống, thị trường vốn có dần bị các nhà máy khác chiếm lĩnh. Thực

tế này khiến công ty phải chịu tổn thất nặng nề. Đứng trước tình hình doanh thu công ty giảm nhanh chóng, lãnh đạo cấp trên không còn cách nào khác, đành phải tuyển giám đốc mới thông qua đấu thầu.

Bill Gates biết kỹ thuật, nhưng ông càng hiểu hơn làm thế nào biến công nghệ thành tài sản. Trong thời đại công nghiệp, ông mở đầu thời đại bùng nổ tin tức, khai thác quảng bá sản phẩm thông tin có ý nghĩa lũng đoạn nhất; trong thời đại thông tin, ông lại có thể vận dụng thành công phương thức kiếm tiền của thời đại công nghiệp, tức là kiếm bội tiền nhờ mỏ tài nguyên chính là sản phẩm công nghệ thông tin. Bill Gates không chỉ là chuyên gia công nghệ mà còn là nhà quản lý kinh doanh tài ba. Nếu ông không biết kinh doanh, không giỏi quản lý, thì cùng lắm ông chỉ là một nhân viên lập trình xuất sắc mà thôi, sao có thể là một tỷ phú như ngày nay? Đây chính là bí quyết lớn nhất để ông và Microsoft trở thành "tỷ phú hàng đầu thế giới" và duy trì được danh hiệu này trong thời gian dài.

Sau khi kinh tế toàn cầu hóa, tiêu chí tuyển nhân viên của các doanh nghiệp chuyển hướng từ "nhân tài chuyên nghiệp" về kỹ thuật, quản lý, kinh tế thương mại sang "nhân tài tổng hợp" của kỹ thuật, quản lý và kinh tế thương mại.

Trên cơ sở đó, Bill Gates trước sau như một tuân thủ một sách lược và tổng kết sách lược đó thành 4 nguyên tắc như sau:

Thứ nhất, tuyển một giám đốc điều hành có trình độ cao cả về công nghệ lẫn quản lý kinh doanh.

Thứ hai, luôn quay quanh thị trường sản phẩm, cố gắng vượt chức năng kinh doanh, tổ chức và quản lý một cách linh hoạt.

Thứ ba, cố gắng hết sức để tuyển dụng nhân viên, giám đốc có tư duy, vừa am hiểu công nghệ thông tin vừa giỏi kinh doanh.

Thứ tư, tuyển dụng nhân viên hàng đầu, hiểu biết sâu về chuyên ngành công nghệ cũng như quản lý kinh doanh. Sự trỗi dậy của công ty Microsoft chính là nhờ đội ngũ nhân tài vừa tinh thông công nghệ mới vừa giỏi kinh doanh, trong đó Bill Gates là đại diện đầu tiên.

Không ít doanh nghiệp khi đứng trước thử thách của thời đại kinh tế mới đã bắt đầu chiêu mộ nhân tài công nghệ và nhân tài kinh doanh có tố chất cao, bởi vì họ hiểu rõ rằng, không có những nhân tài vừa am hiểu công nghệ kỹ thuật vừa biết kinh doanh, sự nghiệp của công ty sẽ không có bất kỳ hy vọng nào.

Trong sự nghiệp, nguy hiểm nhất là khi bạn đứng nguyên một chỗ và đối mặt với thế giới thiên biến vạn hóa trong tích tắc. Cách giải quyết tốt nhất cho bất kỳ vấn đề gì là nhìn thấy con đường, phương hướng phía trước. Điều này đòi hỏi một nhân viên xuất sắc nếu muốn phát triển ở công ty, cần có hứng thú đối với việc học hỏi nguyên lý kinh tế, mở rộng tầm nhìn của bản thân. Chỉ khi có tố chất cao, có kỹ năng làm việc, biết kinh doanh, giỏi quản lý, người nhân viên mới mong có thể tồn tại và phát triển từng bước vững chắc trước sự cạnh tranh khốc liệt trong tương lai.

Một nhân viên nếu muốn có chỗ đứng trong công ty, cần phải có nhận thức sâu sắc về giá trị công việc mình đang làm, chỉ khi xác định rõ giá trị của công việc, mang lại nhiều lợi nhuận cho công ty mới có thể trụ vững và chiến thắng trong thương trường.

Bill Gates nói: "Người có thể mang lại lợi nhuận cho công ty mới là người công ty cần nhất".

Trong xã hội ngày nay, phần lớn các công ty, doanh nghiệp đều do các ông chủ tự bỏ vốn đầu tư gây dựng. Công ty là của ông chủ, họ phải có lợi ích kinh tế mới có thể tiếp tục duy trì công ty. Vì thế, đã qua rồi thời đại chỉ biết phục tùng mệnh lệnh, khúm núm để lấy lòng lãnh đạo như trong quá khứ! Những nhân viên năng lực bình thường, không có thành tích, dù có uốn mình phụ họa đến đâu cũng khó có thể làm hài lòng ông chủ.

Là một nhân viên, muốn có được thành công trong nghề nghiệp, bạn cần đặt ra mục tiêu làm thế nào giúp doanh nghiệp vừa kiếm được tiền vừa tiết kiệm tiền. Làm như vậy, bạn nhất định sẽ trở thành nhân vật chính trong lễ tuyên dương cuối năm, không những có hoa tươi, rượu ngọt mà còn có tiền thưởng hậu hĩnh.

Có một vị trí luôn khuyết người

Dù cạnh tranh khốc liệt đến đâu, luôn có một vị trí khuyết người, đó là người thật sự có thể mang lại lợi nhuận cho công ty.

Sau một thời gian dài bôn ba tìm việc làm, cuối cùng Lý Lợi cũng được một công ty kinh doanh dụng cụ nhà bếp tuyển dụng. Thời gian thử việc một tháng, trong thời gian này không có lương cơ bản, tiền lương là 20% doanh thu bán hàng hàng tháng.

Một bộ dụng cụ nhà bếp có giá là 2.800 Nhân dân tệ, con số này chẳng phải vấn đề gì to lớn đối với người dân thành phố có thu nhập cao, nhưng do người dân thành phố ác cảm với cách tiếp thị cũng như không tin tưởng vào nhân viên tiếp thị, nên dù đã dốc sức cả tuần liền, Lý Lợi vẫn chưa ký được hợp đồng nào. Trong số 19 đồng nghiệp vào công ty cùng đợt với Lý Lợi, 2 người do không chịu được áp lực đã chủ động xin thôi việc. Hai đồng nghiệp khác lại hạ giá bán sản phẩm, giá thấp nhất có thể hạ xuống là 2.300 tệ, vì thế chỉ kiếm được 60 tệ mỗi khi bán được một bộ sản phẩm. Giá cả đúng là ưu thế có sức cạnh tranh, nhất là khi chất lượng dụng cụ bếp khá cao. Quả nhiên, đơn đặt hàng tới tấp đến với họ. Thấy vậy, các đồng nghiệp khác cũng thi nhau làm theo. Giá cả cũng vì thế mà trở nên hỗn loạn, đã mấy lần Lý Lợi thuyết phục được khách hàng nhưng cuối cùng lại không ký được đơn đặt hàng do nguyên nhân về giá cả.

Sau thời gian thử việc 1 tháng, mọi người cùng ngồi họp lại với nhau, Lý Lợi cảm thấy lo lắng nhất, bởi vì cô chỉ có được hai đơn đặt hàng trong tay, còn các đồng nghiệp khác, ít cũng là 10 đơn đặt hàng, nhiều lên tới 30 đơn đặt hàng.

Tổng giám đốc nói với họ rằng: “Qua nghiên cứu, công ty quyết định tuyển dụng một người trong số họ, người được tuyển có mức lương tháng cơ bản là 800 tệ, hỗ trợ nhà ở 200 tệ, tiền thưởng là 20% doanh thu bán hàng”. Lý Lợi ngay tức khắc cảm thấy nỗi buồn dâng trào, cô biết rằng bản thân mình chắc chắn không còn hy vọng gì nữa.

Nhưng khi Tổng giám đốc tuyên bố Lý Lợi là người được tuyển dụng chính thức, không chỉ đồng nghiệp, ngay cả Lý Lợi cũng hết sức ngạc nhiên. Một vài đồng nghiệp lên tiếng bất bình, Tổng giám đốc mỉm cười trả lời: “Cô ấy chỉ có hai đơn đặt hàng, nhưng hai đơn đặt hàng của cô ấy đều được ký theo đúng giá do công ty quy định. Từ lâu, công ty đã có quy định, nhân viên không được tự ý nâng giá hay giảm giá sản phẩm, tôi mong rằng nhân viên của mình có thể trung thành với công ty. Hơn nữa, giá cả do công ty quy định đã được tính toán một cách toàn diện bao gồm cả lợi ích của nhân viên cũng như của công ty. Để có được đơn đặt hàng mà không ngại mất đi phần lợi ích mình đáng được hưởng, điều này không có gì là sai lầm, nhưng các bạn làm việc vất vả là vì lý do gì? Tôi muốn nhân viên của mình xác định được giá trị công việc mình làm, không những vì lợi ích của công ty mà còn vì lợi ích của chính bản thân”.

Bất kỳ công ty nào cũng đều mong nhân viên không những mang lại lợi nhuận cho công ty mà còn có thể mang lại lợi nhuận cho chính mình. Giá trị công việc của một người, ngoài mang lại cảm giác hài lòng về thành quả lao động ra, còn phải đáp ứng nhu cầu của cuộc sống. Là một nhân viên, từng giờ từng phút bạn đều phải coi việc mang lại hiệu quả và thành tích cho công ty là nhiệm vụ của bản thân, cố gắng kiếm lợi nhuận cho công ty, trưởng thành theo sự trưởng thành của công ty.

Mang lại lợi nhuận cho công ty là nhiệm vụ quan trọng của nhân viên

Doanh thu, lợi nhuận là mục tiêu cốt lõi của bất kỳ công ty nào muốn tồn tại và phát triển trên thương trường; lợi nhuận ở mức lớn nhất là mục tiêu chung, mục tiêu lớn nhất, và cũng là mục tiêu cuối cùng của ông chủ và toàn thể nhân viên trong công ty. Là một nhân viên, bạn nhất định cần phải mang lại tài sản cho công ty và cần phải coi việc mang lại giá trị cho công ty là sứ mệnh vinh quang của bản thân.

Đặc biệt, những nhân viên làm việc trong các phòng ban nghiệp vụ cần luôn luôn suy nghĩ làm thế nào để nắm bắt thời cơ, làm thế nào để mở rộng thị trường, làm thế nào để mở rộng phạm vi tuyên truyền quảng cáo sản phẩm; cần thường xuyên tính toán xem rốt cuộc hành động, việc làm của mình còn cách mục tiêu lớn là kiếm lời cho công ty bao xa; cần tính toán chính xác số lượng tài sản bản thân mang lại cho công ty. Coi việc mang lại lợi nhuận cho công ty là thiên chức của bản thân, coi đó là mục tiêu quan tâm từng giờ từng phút bằng toàn bộ tinh thần, làm việc bằng toàn bộ sức lực.

Có một câu chuyện kể rằng, nhân vật chính là một nhà quý tộc, ông cần xa nhà trong một thời gian dài. Trước khi xuất hành, ông gọi 3 người hầu đến và phát cho họ một số bạc để họ tự lập nghiệp theo khả năng của mình.

Sau này, khi nhà quý tộc trở về, ông gọi 3 người hầu năm xưa đến để tìm hiểu tình hình kinh doanh của họ.

Người hầu thứ nhất nói: “Thưa ông chủ, ngài giao cho tôi 5000 lạng bạc, tôi đã dùng số bạc đó kiếm được thêm 5.000 lạng bạc”.

Vị quý tộc nghe xong cảm thấy rất vui, liền cất lời khen ngợi: “Người hầu lương thiện của ta, ngươi vẫn rất trung thành với ta ngay cả trong chuyện kiếm tiền. Ngươi lại có tài năng như vậy, ta sẽ giao cho ngươi quản lý rất nhiều việc”.

Người hầu thứ hai tiếp tục: “Thưa ông chủ, ông giao cho tôi 2.000 lạng bạc, tôi đã dùng số bạc đó kiếm thêm được 2.000 lạng bạc nữa”.

Vị quý tộc cũng rất vui mừng ngợi khen: “Ta có thể giao cho ngươi quản lý một số việc nhất định”.

Người hầu thứ ba bước đến trước mặt vị quý tộc, mở chiếc khăn tay được gấp cẩn thận và nói: “Thưa ông chủ đáng kính, ngài nhìn xem, đây chính là 1.000 lạng bạc người giao. Tôi đã chôn chúng xuống đất, nghe nói người trở về, tôi liền đào chúng lên”.

Vẻ mặt của vị quý tộc bỗng nhiên chùng hẳn xuống: “Tên hầu lười nhác kia, ngươi đã lãng phí tiền của ta!”. Vì thế ông đã lấy lại 1.000 lạng bạc và nói với anh rằng: “Nếu người có khả năng thì cần thêm ta cũng cho, nhưng nếu người không có khả năng, thì ta phải lấy lại cả những gì ngươi có”.

Người hầu đó vốn tưởng mình sẽ được ông chủ khen ngợi. Theo anh, mặc dù không thể tăng thêm giá trị của số bạc, nhưng cũng không đánh mất, coi như đã hoàn thành nhiệm vụ ông chủ giao phó. Tuy nhiên, ông chủ của anh lại không cho là như vậy, ông muốn họ thể hiện xuất sắc hơn, phải làm cho số bạc ông giao sinh sôi nảy nở.

Đây chính là “hiệu ứng Matthew” nổi tiếng, câu chuyện này đã chỉ rõ, tăng giá trị tài sản là thiên chức của mỗi nhân viên. Nếu ông chủ tin tưởng, giao cho bạn một số vốn để kinh doanh một dự án, bạn không được lỗ vốn, hơn nữa còn phải mang lại số tài sản cao gấp mấy chục lần so với số vốn ban đầu, như thế bạn mới được xem là đã hết mình thực hiện nhiệm vụ. Ngược lại, nếu không thể làm tăng giá trị vốn, lỗ vốn hoặc chỉ duy trì mức vốn ban đầu, bạn cũng sẽ giống người hầu thứ ba, là một nhân viên “lười nhác”, không thực hiện hết chức trách của mình.

Cần hiểu rằng mục tiêu hàng đầu của công ty là kiếm tiền, dù bạn làm việc trong ngành nghề nào, bạn đều có thể chứng minh bản thân là tài sản quý giá nhất của công ty, chứng minh bạn có thể giúp công ty kiếm tiền.

Là một nhân viên, kiếm tiền cho công ty trở thành trách nhiệm không thể thoái thác. Nếu muốn có sự phát triển trong thương trường cạnh tranh khốc liệt, trở thành đối tượng được ông chủ coi trọng, bạn cần ghi nhớ, kiếm tiền cho công ty mới là việc quan trọng nhất.

Ở Microsoft, tiền đồ của công ty và nhân viên luôn gắn liền với nhau, nhân viên của Microsoft có ý thức làm chủ rất mạnh mẽ, điều này khiến họ luôn suy nghĩ cho công ty, trước bất cứ việc gì đều toàn tâm toàn sức cống hiến. Chính vì có đội ngũ nhân viên luôn suy nghĩ cho công ty như vậy, Microsoft mới có thành tích phi thường như hôm nay.

Là một nhân viên trong công ty, cần xác định đúng đắn vị trí của bản thân, phát huy đầy đủ tinh thần làm chủ. Trong công việc, cần phải tích cực suy nghĩ, ứng biến linh hoạt, có ý thức "doanh nghiệp hưng thịnh, bản thân vinh quang; doanh nghiệp suy yếu, bản thân thất bại". Doanh nghiệp phát huy tốt tinh thần làm chủ là một doanh nghiệp năng động, tràn đầy sức sống; ngược lại, doanh nghiệp không phát huy được tinh thần làm chủ sẽ chỉ là một toa tàu vận hành cứng nhắc, sớm muộn cũng mất phương hướng trong cơn sóng lớn của kinh tế thị trường.

Tất cả mọi hành động đều bắt nguồn từ lợi ích của công ty

Một doanh nghiệp công nghệ thông tin lớn tiến hành bồi dưỡng cho nhân viên về giá trị quan cốt lõi của doanh nghiệp, giáo viên nhiệt tình kể một câu chuyện:

Ngày cô dâu về nhà chồng, phát hiện nhà chú rể có chuột, cười và nói: "Nhà anh hóa ra cũng có chuột!". Sáng sớm hôm sau, chú rể bị đánh thức bởi âm thanh của một trận truy đuổi và nghe thấy tiếng cô dâu đang hét: "Lũ chuột đáng chết, đập chết mày, đập chết mày, mày dám ăn vụng gạo nhà chúng tao".

Kể đến đây, thầy giáo mỉm cười, rút ra đại ý một cách rất tự nhiên: Mỗi nhân viên sau khi vào công ty đều nên có tinh thần "như cô dâu về nhà chồng", cần hình thành ý thức làm chủ.

Một công ty cho ra mắt thị trường sản phẩm mới nên cần thay đổi thương hiệu, mọi người đều chạy ngược chạy xuôi, bận rộn vì lần đổi thương hiệu này. Trong chuỗi công việc đó có một khâu chi tiết, đó là công ty cần sơn mới toàn bộ bảy, tám mươi biển quảng cáo trên các trục đường trong phạm vi toàn quốc. Một hôm, Tô Nhai, người phụ trách kế hoạch đổi mới thương hiệu công ty hốt hoảng chạy đến trước mặt Tổng giám đốc và trình bày ý kiến cho rằng có thể tiết kiệm một khoản kinh phí chừng 300 nghìn Nhân dân tệ, bởi vì 78 tấm biển quảng cáo bên đường này có kích cỡ to nhỏ khác nhau, vốn định tìm công ty quảng cáo giúp in hơn 70 tấm hình quảng cáo, tốn mất 300 nghìn tệ, nhưng nếu nhân viên mỹ thuật của công ty làm tăng ca một, hai ngày là có thể hoàn tất, như vậy có thể tiết kiệm được khoản kinh phí này.

Thực ra trong quá trình đổi mới thương hiệu này, công ty tiêu tốn rất nhiều tiền, khoản kinh phí này cũng đã sớm nằm trong ngân sách dự toán, nhưng Tô Nhai đã suy nghĩ đến vấn đề này, sau đó đưa ra kiến nghị như vậy trên tinh thần làm chủ "chỉ dùng tiền vào việc làm cần thiết".

Tinh thần làm chủ đóng vai trò vô cùng quan trọng đối với sức cạnh tranh của công ty. Bởi vì nếu mỗi người đều có tinh thần làm chủ, coi việc của công ty là việc của bản thân, công ty sẽ tự nhiên hình thành sức cạnh tranh rất lớn. Mọi người sẽ giảm thiểu tất cả chi phí có thể, bao gồm chi phí thông tin liên lạc, chi phí hợp đồng, chi phí giám sát, chi phí thực hiện đều có thể giảm thiểu ở

mức lớn nhất, còn có thể nâng cao tiềm năng của mỗi người ở mức cao nhất. Bởi vì chỉ cần bạn có tinh thần làm chủ, bạn sẽ cho rằng mỗi việc mình làm đều có giá trị.

Làm việc trong công ty hiện đại, chúng ta cần phát huy cao độ tinh thần làm chủ, đặt từng hành động, từng việc làm của mình vào quỹ đạo phát triển của công ty, coi mục tiêu của công ty là mục tiêu của bản thân, chịu trách nhiệm về công việc mình làm, tất cả mọi hành động đều xuất phát từ lợi ích dài lâu của công ty.

Dĩ nhiên, tinh thần làm chủ có bao gồm hàm ý "cống hiến", nhưng cùng lúc với "cống hiến", không những trực tiếp giúp công ty, bản thân người lao động chính là đối tượng được lợi nhiều nhất, họ có được tài sản "thuộc về chính mình" một cách đường hoàng. Nếu phóng tầm mắt xa hơn một chút, chúng ta sẽ thấy có thể bồi dưỡng, hun đúc tinh thần lập nghiệp từ cơ sở tinh thần làm chủ. Tinh thần lập nghiệp, năng lực lập nghiệp là biểu hiện rõ nhất, cao nhất của năng lực cá nhân. Bởi vì lập nghiệp chính là "làm nên sự nghiệp từ con số không", lập nghiệp chính là dùng nguồn vốn nhỏ nhất để thu về giá trị lớn nhất, chính là đào tạo, bồi dưỡng khả năng dùng tiền vào đúng mục đích, đúng việc cần làm. Khả năng này cực kỳ quý báu đối với một người phấn đấu trên thương trường và sẽ mãi mãi theo người lao động trong suốt quá trình trưởng thành, khả năng này không bị giới hạn do môi trường làm việc hay tính chất công việc. Nếu so với việc có được một vị trí trong công ty, khả năng này có giá trị hơn nhiều, bởi vì đây là tài sản của chính bạn, không ai có quyền lấy đi.

Luôn nghĩ vì công ty

Trong xã hội ngày nay, tuyệt đại đa số mọi người đều bắt đầu từ một nhân viên bình thường và đặt nền móng cho sự nghiệp của mình ở một công ty nào đó. Chỉ cần bạn là một nhân viên trong công ty, bạn nên vứt bỏ mọi lý do để trung thành và có trách nhiệm đối với công việc của bản thân, hòa mình vào công ty, làm việc hết mình, luôn nghĩ cho công ty. Nếu làm được như vậy, bất kỳ ông chủ nào cũng sẽ coi bạn là trụ cột của công ty.

George là một nhân viên vừa vào công ty, phụ trách công tác đo lường. Vừa mới vào làm việc tại công ty chưa đầy một tháng, anh đã phát hiện có rất nhiều quặng sắt chưa được tinh luyện hết. Nếu cứ tiếp tục tình hình này, công ty sẽ phải gánh chịu thiệt hại nặng nề.

Thế nên anh đã tìm đến người công nhân chịu trách nhiệm thực thi công việc này để nói rõ vấn đề. Người công nhân này nói: "Nếu có vấn đề kỹ thuật, kỹ sư sẽ báo cho chúng tôi biết. Đến nay, vẫn chưa có kỹ sư nào nói với chúng tôi cả, điều này có nghĩa là chẳng có vấn đề gì xảy ra hết".

George lại tìm đến kỹ sư phụ trách kỹ thuật để nói rõ những gì tận mắt chứng kiến. Người kỹ sư rất tự tin khẳng định rằng công nghệ kỹ thuật của họ đứng hàng đầu thế giới, sao có thể tồn tại sự sơ suất như vậy. Người kỹ sư coi lời nói của George như gió thoảng bên tai, thậm chí còn tự cho rằng, một sinh viên đại học vừa rời ghế nhà trường thì biết gì nhiều, chắc chắn là muốn gây cảm tình với người khác nên mới "ra vẻ".

Nhưng George cho rằng, đây là một vấn đề tương đối nghiêm trọng, anh đã mang những quặng sắt chưa tinh luyện hết đến gặp kỹ sư trưởng phụ trách công nghệ của công ty và nói: "Thưa ông, tôi cho rằng đây là một hòn quặng chưa được tinh luyện hết, ông thấy có đúng không?".

Vị kỹ sư trưởng vừa nhìn đã khẳng định: "Anh nói đúng đó, người thanh niên. Từ đâu mà anh có cục quặng này?". George trả lời: "Thưa ông, đây là hòn quặng của công ty chúng ta".

"Sao có thể như vây? Công nghệ của chúng ta là hàng đầu thế giới, sao có thể tồn tại vấn đề kỹ thuật này?". Vị kỹ sư trưởng không kém phần ngạc nhiên đặt câu hỏi. "Các kỹ sư cũng nói như ông, nhưng sự thật là đây". George điềm tĩnh khẳng định.

"Xem ra có trục trặc gì đó rồi. Sao không có ai báo cáo lại với tôi?". Vị kỹ sư trưởng bắt đầu bực mình.

Kỹ sư trưởng triệu tập tất cả các kỹ sư phụ trách công nghệ đến công trường sản xuất, quả nhiên phát hiện thấy một số quặng chưa được tinh luyện hết. Qua kiểm tra, hóa ra một linh kiện của máy đo gặp sự cố, dẫn đến hiện tượng quặng không được tinh luyện đầy đủ.

Sau khi Tổng giám đốc công ty biết chuyện, ông không những khen thưởng George mà còn đề bạt anh nhậm chức kỹ sư phụ trách giám sát công nghệ. Tổng giám đốc cảm khái nói: "Công ty chúng ta không thiếu kỹ sư, nhưng thiếu kỹ sư có trách nhiệm, bao nhiêu kỹ sư như vậy mà không có lấy một người phát hiện ra vấn đề, khi có người phản ánh, họ còn không tiếp thu. Đối với một doanh nghiệp, nguồn nhân tài vô cùng quan trọng, nhưng quan trọng hơn là nhân tài có tinh thần làm chủ thực sự".

George đạt được thành công đầu tiên trong sự nghiệp của mình, tất cả đều đến từ tinh thần làm chủ và ý thức luôn nghĩ vì lợi ích công ty của anh.

Người nhân viên luôn làm việc với tinh thần của người làm chủ, luôn nghĩ cho công ty, coi công ty là của mình, dốc tâm dốc sức, thực hiện hết trách nhiệm cần có, cuối cùng sẽ hái được quả ngọt thành công.

Trong công việc, chúng ta thường bắt gặp những nhân viên chỉ biết làm việc với tinh thần của người làm thuê. Họ cho rằng, công ty là của ông chủ, bản thân chỉ làm việc cho ông chủ, có làm tốt đến đâu, có giúp công ty kiếm bao nhiêu tiền đi nữa, người được lợi duy nhất vẫn chỉ là một mình ông chủ mà thôi.

Nếu người nhân viên làm việc với tinh thần, thái độ như vậy, sẽ không dốc hết tâm sức cống hiến cho công ty, cũng sẽ không chung ý nghĩ với ông chủ, càng không hành động giống ông chủ, vậy thì chẳng bao giờ có thể trông chờ ông chủ trọng dụng, đề bạt. Những người như thế sẽ mãi mãi là người làm thuê.

Bill Gates từng nhắc nhở nhân viên của mình: "Dù làm việc trong công ty nào, ngành nghề nào, các bạn đều phải đầu tư công sức, chăm chỉ làm việc, coi công ty là của mình, coi tất cả công việc của công ty là công việc của mình, đó mới là tố chất của một nhân viên xuất sắc".

Coi công ty là do mình sáng lập

Trong bài diễn thuyết trước sinh viên sắp tốt nghiệp của phân hiệu trường Đại học California trong chuyến thăm trường theo lời mời, Andy Grove, Giám đốc điều hành Intel chỉ rõ: "Cho dù bạn làm việc ở đâu, đừng coi mình là nhân viên. Bạn nên coi công ty như do chính mình sáng lập vậy". Là một nhân viên, trước tiên cần có tinh thần, thái độ làm chủ, coi công ty thuộc về mình. Cần xác định công ty do chính tay mình sáng lập, cho dù ông chủ không có mặt, cho dù lãnh đạo vắng mặt, cho dù công ty gặp phải khó khăn, thách thức đều sẵn sàng làm việc hết mình, tích cực, chủ động trong công việc.

Sau khi tốt nghiệp phổ thông trung học, Trịnh Viễn theo anh trai đến Thượng Hải làm công. Trịnh Viễn và anh trai khâu bạt cho một kho hàng trong bến cảng. Trịnh Viễn giỏi giang, lại cẩn thận tỉ mỉ, mỗi khi nhìn thấy tấm bạt bị vứt đi, anh đều nhặt lại dự phòng, dường như với anh, kho hàng này là của mình.

Một đêm, trời nổi mưa to gió lớn, Trịnh Viễn rời khỏi giường, cầm đèn pin xông ra giữa trời dông bão. Anh trai không ngăn cản nổi, mắng Trịnh Viễn là kẻ liều, kẻ ngốc. Trong kho hàng lộ thiên, Trịnh Viễn kiểm tra hết đống hàng này đến đống hàng khác, kéo bạt che kín từng đống hàng, buộc chặt hơn nữa dây giữ bạt. Đúng lúc này, ông chủ lái xe đến, chỉ nhìn thấy Trịnh Viễn

toàn thân ướt như chuột lột.

Khi ông chủ thấy toàn bộ số hàng không bị thiệt hại do nước mưa, liền hết lời biểu dương và tăng lương cho Trịnh Viễn. Trịnh Viễn nói: “Không cần đâu ạ, cháu chỉ đến kiểm tra xem bạt do cháu khâu có đảm bảo không thôi. Hơn nữa, cháu sống gần kho, đến kiểm tra hàng chỉ là việc nhỏ thôi mà”.

Thấy Trịnh Viễn thật thà, lại có trách nhiệm cao như vậy, ông chủ điều anh sang làm giám đốc một công ty khác của mình.

Công ty vừa khai trương, cần tuyển một số sinh viên tốt nghiệp đại học có trình độ văn hóa cao đảm nhiệm công việc chuyên môn nghiệp vụ. Anh trai của Trịnh Viễn chạy tới yêu cầu: “Chú cho anh một vị trí tốt để anh làm”. Trịnh Viễn biết rõ cá tính của anh trai, liền nói: “Anh không làm được”. Anh trai hỏi: “Lẽ nào gác cổng cũng không được sao?”. Trịnh Viễn nói: “Không được, bởi vì anh không bao giờ coi việc của công ty là việc của mình”. Anh trai nói: “Chú thật ngốc, đây nào phải công ty của chú đâu!”. Trước khi ra về, anh trai còn mắng Trịnh Viễn không có lương tâm, nào ngờ Trịnh Viễn trả lời dõng dạc: “Chỉ khi coi công ty là do chính mình lập thì mới có thể hoàn thành xuất sắc công việc, mới gọi là có lương tâm”.

Vài năm sau, Trịnh Viễn trở thành giám đốc điều hành của một công ty, anh trai anh vẫn là công nhân khâu bạt ở bến cảng ngày nào.

Một giám đốc làm việc ở Microsoft mấy năm liền đều đạt thành tích tương đối tốt. Bạn anh cười nhạo: “Số liệu năm ngoái sao anh còn kiểm tra đi kiểm tra lại đến ba lần liền? Kiểm tra lại một lần chẳng phải đủ rồi sao? Nếu như năm ngoái kiểm tra một lần, năm nay kiểm tra một lần, năm sau kiểm tra một lần, chẳng phải kiểm tra ba lần là làm việc của ba năm rồi sao? Năm nay anh lại đạt thành tích khiến người khác ngưỡng mộ, nửa đầu năm đã hoàn thành chỉ tiêu kế hoạch của cả năm. Theo tôi nghĩ, nửa năm cuối anh có thể đi phơi nắng trên đảo Bali rồi”.

Vị giám đốc liền trả lời: “Trên thực tế, tôi không thể làm vậy. Mặc dù tôi chỉ là một giám đốc chuyên môn, nhưng không thể làm việc với tinh thần làm thuê, làm khoán như vậy, nên coi công ty là sự nghiệp của mình. Nếu công ty này là của cá nhân anh, chắc chắn anh không những kiểm tra ba lần mà còn muốn kiểm tra nhiều lần hơn nữa với mong muốn công ty phát đạt hơn”.

Một nhân viên nên làm việc với tinh thần mình là người chủ của công ty, không phải làm việc cho người khác mà làm việc cho chính bản thân. Chỉ khi coi công việc của công ty là công việc của bản thân, làm tốt mọi việc mới mong có cảm giác thành công, cũng mới có thể không ngừng nâng cao giá trị bản thân, trở thành nhân viên được ông chủ tín nhiệm và trọng dụng.

Tự yêu cầu bản thân giống như ông chủ yêu cầu chính mình

Robert Waterman, giáo sư, chuyên gia về kinh doanh của trường Đại học Harvard cho rằng: Lúc nào một người cũng nên làm hai việc cùng lúc, một là công việc đang làm, một là công việc thực sự muốn làm. Nếu bạn có thể nghiêm túc, chăm chỉ trong công việc cần làm giống như công việc thích làm, bạn nhất định sẽ thành công, bởi vì bạn đang chuẩn bị cho tương lai, đang học hỏi, tích lũy một số kỹ xảo đủ để vượt lên chức vụ hiện thời. Khi bạn đã có tâm lý, thái độ làm việc vì bản thân, lại có thể yêu cầu bản thân như ông chủ yêu cầu chính mình, chẳng bao lâu bạn sẽ có đủ tố chất trở thành ông chủ.

Một giám đốc thành công trong sự nghiệp nói:

“Ngoài một số người là con cháu thừa kế của các tỷ phú vừa sinh ra đã “ngậm chìa khóa vàng”, đại đa số các ông chủ đều bắt đầu từ việc làm thuê, mà khi đi làm thuê, tâm lý, thái độ làm việc là yếu tố then chốt quyết định người đó có thể trở thành ông chủ sau này hay không”.

Vị giám đốc kể lại một câu chuyện như sau: Có hai ngọn núi nằm ở hai bờ đông tây, bị ngăn

cách bởi một dòng sông. Trên mỗi ngọn núi đều có một hòa thượng, hàng ngày họ đều phải xuống sông lấy nước uống, ngày qua ngày, họ trở thành bạn thân thiết.

Sau ba năm quen biết, hòa thượng núi đông phát hiện hòa thượng núi tây đã bảy ngày liên tiếp không xuống lấy nước. Nửa tháng lại trôi qua, ông phát hiện hòa thượng núi tây vẫn không xuống sông gánh nước, liền cho rằng có việc gì đó không lành đã xảy ra với bạn, quyết định lên núi tìm bạn.

Hòa thượng núi đông trèo lên núi tây, phát hiện bạn mình vẫn đang đi thái cực quyền một cách thong dong, liền lấy làm lạ. Hòa thượng núi tây đưa ông ra sau chùa, chỉ tay về phía một cái giếng. Hóa ra, sau mỗi ngày gánh nước từ dưới núi trở về, hòa thượng núi tây đều dành thời gian và công sức đào đất thông giếng sau chùa. Sau ba năm kiên trì vất vả, cuối cùng ông đã đào được một chiếc giếng có nguồn nước ngọt mát, vì thế không cần phải xuống núi lấy nước nữa.

Câu chuyện này chứng minh một điều, một người đi làm thuê có sự chuẩn bị tốt, luôn yêu cầu bản thân như ông chủ yêu cầu chính mình, tích lũy kinh nghiệm và kiến thức qua từng công việc, lâu dần, người đó sẽ hội tụ đủ điều kiện trở thành ông chủ tương lai.

Yêu cầu bản thân như ông chủ yêu cầu chính mình, bản thân mới có ngày trở thành ông chủ.

Một nhân viên tên là Lý Lực được ông chủ cử sang chi nhánh công ty tại Anh để thu dọn tàn cuộc. Chi nhánh này của công ty hết năm nọ qua năm kia đều làm ăn thua lỗ, ông chủ muốn sa thải toàn bộ nhân viên ở đó và chuyển toàn bộ sản phẩm về nước. Mặc dù sứ mệnh ông chủ giao cho anh là đóng cửa công ty nhưng anh lại quyết định cố gắng thay đổi cục diện và thay đổi quyết định của ông chủ bằng cách gây dựng lại cơ đồ của công ty.

Mặc dù chỉ là một nhân viên nhưng anh lại dám nghĩ, dám yêu cầu bản thân như ông chủ yêu cầu chính mình, anh tự nhủ, nếu có thể làm sống lại một công ty bên bờ vực thẳm, chẳng phải càng chứng minh giá trị của mình sao?

Khi bạn yêu cầu bản thân như ông chủ yêu cầu chính mình, bạn sẽ không chỉ hài lòng khi đã đạt đến mục tiêu của công ty mà sẽ tự mình yêu cầu một mục tiêu cao hơn, xa hơn và cố gắng thực hiện đến cùng mục tiêu đó, điều này đồng nghĩa với việc bạn đang thử thách chính mình.

Giả sử trong công việc, lấy tiêu chí này để yêu cầu bản thân, bạn sẽ dễ dàng phát hiện, vô hình trung bạn đang tự đào tạo, bồi dưỡng khả năng vượt qua ông chủ, sau đó bạn sẽ có lòng tin không ngừng tìm kiếm mục tiêu cao hơn để thử thách chính mình.

Rất nhiều người lăn lộn trong công việc để rồi cuối cùng trở thành ông chủ không phải nhờ may mắn, mà vì họ đã làm việc với tinh thần của một người làm chủ và dám yêu cầu bản thân như ông chủ yêu cầu chính mình.

Chỉ khi đứng từ góc độ và lập trường của chủ doanh nghiệp mới có thể xem xét vấn đề một cách toàn diện; chỉ khi đứng từ góc độ, lập trường là khách hàng, mới có thể làm khách hàng cảm động; chỉ khi có tâm lý, thái độ của một ông chủ và thay ông chủ làm một số việc trong phạm vi chức trách, quyền hạn của mình, mới có thể khiến bạn có khả năng trở thành ông chủ trong tương lai.

NGUYÊN TẮC THỨ VIII

QUAN TÂM CHẶT CHẼ VÀ PHÂN TÍCH THẤU ĐÁO TÌNH HÌNH CỦA ĐỐI THỦ CẠNH TRANH

Một nhân viên xuất sắc cần quan tâm đến từng động thái của đối thủ cạnh tranh. Tôi thích những nhân viên luôn từng giờ từng phút chú ý tới động thái của toàn bộ thị trường, họ biết phân tích những điểm đáng học tập của đối thủ cạnh tranh và biết quan tâm, tổng kết, tránh mắc lại những lỗi lầm giống như của đối thủ cạnh tranh.

1. TỪNG GIỜ TỪNG PHÚT CHÚ Ý TỚI ĐỘNG THÁI PHÁT TRIỂN CỦA NGÀNH NGHỀ

Trong một buổi gặp mặt sinh viên đại học Mỹ, Bill Gates nói một cách rất chân thành: "Rất nhiều người trong số các bạn xuất sắc hơn tôi, tôi tin rằng chỉ cần các bạn chịu khó nỗ lực, chắc chắn có bạn sẽ vượt qua tôi".

Một sinh viên liền thẳng thắn đặt câu hỏi: "Thưa ông Bill, ông có thể cho chúng tôi biết ông đã làm thế nào để có thành công hôm nay?".

Bill Gates mỉm cười trả lời: "Sở dĩ tôi có thể thành công là vì tôi luôn kiên trì làm tốt hai công việc. Một là, luôn chuyên tâm, chú ý vào công việc mình đang làm; hai là, từng giờ từng phút tôi đều quan tâm tới động thái phát triển của ngành nghề".

Mỗi ngành nghề đều có quy luật phát triển riêng, trong các thời kỳ kinh tế khác nhau, cần căn cứ theo xu thế phát triển của ngành nghề để đưa ra biện pháp điều chỉnh tương ứng. Ví dụ, công ty IBM trước nay luôn là nhà sản xuất máy tính cỡ lớn hàng đầu. Thập niên 80 thế kỷ 20, máy tính cá nhân đã bắt đầu trở nên phổ biến, nhưng lãnh đạo công ty IBM lại không ý thức được điều này, họ không mảy may nghĩ tới việc sản xuất máy tính cỡ nhỏ. Khi các hãng máy tính cá nhân như Apple, Dell chiếm lĩnh phần lớn thị trường và thay đổi đời sống con người, IBM hối hận thì cũng đã muộn.

Trước những năm 70 của thế kỷ 20, xe ô-tô do Mỹ sản xuất nổi tiếng thế giới nhờ các yếu tố như khoang rộng, thoải mái, dung tích động cơ lớn. Nhưng do nguồn năng lượng của thế giới ngày một cạn kiệt, một số nhà kinh doanh thông minh, nhạy bén đã ý thức được, xe ô-tô với dung tích động cơ nhỏ hơn, tiết kiệm năng lượng hơn sẽ ngày càng chiếm được cảm tình của người tiêu dùng. Vì thế, các hãng xe ô-tô như General, Ford lập tức chuyển sang sản xuất ôtô có dung tích động cơ nhỏ, tốn ít xăng hơn. Còn công ty Chrysler lại không nhận thức được xu thế này, vẫn sản xuất ô-tô có dung tích động cơ lớn. Khi cuộc khủng hoảng dầu mỏ lần thứ nhất ập đến, xe ô-tô nhỏ tiết kiệm xăng được hoan nghênh trên phạm vi toàn cầu, nhờ thế các hãng xe General, Ford vượt qua được cơn khủng hoảng này. Còn công ty Chrysler bị thiệt hại nặng nề, lượng xe tồn kho chất cao như núi, hãng xe lỗ vốn 700 triệu đô-la Mỹ chỉ trong 9 tháng, lập mức lỗ cao kỷ lục trong các doanh nghiệp Mỹ.

Luôn quan tâm đến động thái phát triển của ngành nghề là tố chất cần có của một nhân viên xuất sắc, có được tố chất này có thể giúp công ty bớt phải đi đường vòng trong cuộc cạnh tranh, cũng có nghĩa là có tầm nhìn chiến lược và khả năng điều tiết, khống chế thị trường.

Bill Gates rất thích những nhân viên luôn quan tâm đến động thái của toàn bộ ngành nghề, toàn bộ thị trường. Bởi những nhân viên như vậy khi phải đối mặt với cuộc cạnh tranh căng thẳng của thị trường nghề nghiệp, có thể duy trì sự bình tĩnh, có thể phân tích xu thế phát triển của toàn bộ ngành nghề một cách lý tính, đủ tự tin đón nhận thách thức của nghề nghiệp.

Người thành công đều hiểu rất rõ hiện trạng của ngành nghề mình đang làm, hiểu rõ tình hình phát triển cũng như viễn cảnh tương lai của ngành nghề mình phục vụ; vị trí, xu thế phát triển cũng như tình hình thị trường mà ngành nghề phải đối mặt.

Là một nhân viên, bạn cần cố gắng hết mình thu thập tài liệu liên quan đến hiện trạng, xu thế phát triển, điều kiện sinh tồn của ngành nghề, quan tâm chặt chẽ đến sự vận dụng công nghệ mới trong ngành nghề, đồng thời cũng cần quan tâm xu hướng của các ngành nghề hữu quan. Chỉ có như vậy, bạn mới có ý thức vượt lên phía trước, gây dựng nền móng vững chắc cho công ty trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh.

2. XÂY DỰNG Ý THỨC CẠNH TRANH ĐÚNG ĐẮN, DÁM CẠNH TRANH

Trong kinh tế thị trường, có cạnh tranh đương nhiên sẽ kèm theo các kiểu rủi ro. Sẽ có doanh nghiệp phải đối mặt với nguy cơ phá sản, vỡ nợ trong cạnh tranh thị trường, sẽ có nhân viên phải đối mặt với nguy cơ thất nghiệp, bị sa thải trong cạnh tranh thị trường. Nhìn từ góc độ này, có ý thức cạnh tranh và ý thức rủi ro nhất định sẽ trở thành điều kiện không thể thiếu để cá nhân và doanh nghiệp đứng vững và phát triển trong kinh tế thị trường, cũng là tiền đề để kinh tế thị trường vận hành một cách thuận lợi.

Kinh tế thị trường là nền kinh tế với đặc điểm người mạnh thì chiến thắng, kẻ yếu bị đào thải, mỗi doanh nghiệp đều phải đối mặt với sự sinh tồn, diệt vong của người mạnh kẻ yếu. Doanh nghiệp nếu muốn trụ vững trong thị trường thiên biến vạn hóa, nguy hiểm liên tục phát sinh thì chỉ có cách cạnh tranh! Nếu doanh nghiệp không biết cạnh tranh, không dám cạnh tranh, thiếu ý thức cạnh tranh, để đối thủ cạnh tranh đi trước trong kinh doanh thì sẽ phải trả một giá rất đắt.

Lấy thung lũng điện tử Silicon làm một ví dụ, là một nhân viên, muốn tăng cường nhận thức về cạnh tranh, cần có ý thức cạnh tranh tốt hơn đối thủ cạnh tranh, cần bám rễ sâu vào mưu cầu chiến thắng trong cạnh tranh, dám cạnh tranh, biết cạnh tranh, giỏi cạnh tranh.

Doanh nghiệp không chào đón nhân viên thiếu ý thức cạnh tranh

Một thị trường lao động tổ chức lễ hội tuyển dụng nhân tài chuyên ngành thiết kế quảng cáo, truyền bá văn hóa và kinh doanh thị trường. Lưu San là sinh viên chuyên ngành kinh doanh thị trường, cô đã cảm thấy hợp ý với một công ty quảng bá văn hóa trong lễ hội tuyển dụng.

Khi đó, người đến tham gia dự tuyển rất đông, trong khi chỉ tiêu tuyển dụng chỉ có một, Lưu San thấy những người dự tuyển đến từ nhiều miền xa xôi, liền chủ động lùi lại, để họ được phỏng vấn trước. Đến lượt cô phỏng vấn, người phụ trách công ty mặc dù tương đối hài lòng về cô, nhưng cho rằng cô quá nhường nhịn, không thể thích nghi với thị trường cạnh tranh khốc liệt, quyết định không tuyển dụng cô.

Lưu San thật sự không hiểu cách dùng người của đơn vị tuyển dụng. Người phụ trách của công ty tuyển dụng giải thích với cô rằng: “Nhường nhịn, khiêm tốn là truyền thống tốt đẹp, nhưng cần phải căn cứ theo từng trường hợp, đối mặt với thị trường cạnh tranh khốc liệt, công ty càng cần những nhân viên mạnh dạn, có chí tiến thủ. Nhân tài công ty tuyển dụng đợt này sẽ đi mở rộng thị trường ở Quảng Tây, nếu quá nhường nhịn sẽ mất đi thời cơ tốt để gây dựng thị trường”.

Có lòng tốt nhường chỗ cho người khác lại bị coi là thiếu ý thức cạnh tranh, rõ ràng có phần cực đoan, nhưng có thể chứng minh, doanh nghiệp hiện đại không chào đón người thiếu ý thức cạnh tranh.

Nhà doanh nghiệp Nhật Bản Konosuke Matsushita nhấn mạnh, một nhân viên có ý thức cạnh tranh mạnh mẽ mới có thể phát huy triệt để tiềm năng. Vì thế, công ty Panasonic của ông rất chú

trọng bồi dưỡng ý thức cạnh tranh của nhân viên, đào tạo nên những nhân viên giỏi cạnh tranh cho sự phát triển của công ty.

Từ xưa đến nay, loài người luôn sống trong cạnh tranh dưới nhiều hình thức khác nhau, nếu thiếu ý thức cạnh tranh, đương nhiên sẽ không có động lực phấn đấu và chí tiến thủ. Người như vậy không thoát khỏi số phận bị đào thải. Cần biết rằng, tương lai mãi mãi thuộc về người có ý thức cạnh tranh, dám cạnh tranh và giỏi cạnh tranh.

Có đối thủ cạnh tranh không phải là việc xấu

Đối thủ cạnh tranh là yếu tố hữu quan lớn nhất tạo nên và duy trì trạng thái cạnh tranh, rời xa đối thủ, không có đối thủ không phải là một việc tốt.

Một nhà động vật học khi khảo sát về các loài động vật sinh sống ở hai bên bờ sông Contact Orange thuộc châu Phi, quan sát thấy bầy linh dương sống hai bên bờ đông tây khác nhau rất nhiều, khả năng sinh sản của linh dương bên bờ đông cao hơn nhiều so với bên bờ tây, hơn nữa tốc độ chạy có thể đạt tới 13 m/phút. Ông cảm thấy vô cùng kỳ lạ, rõ ràng môi trường và thức ăn giống nhau, tại sao lại có sự khác biệt lớn đến thế? Để giải đáp câu hỏi này, nhà động vật học phối hợp với hiệp hội bảo vệ động vật địa phương thực hiện một thí nghiệm: Ở mỗi bên bờ, bắt 10 con linh dương đưa sang bờ kia sinh sống. Kết quả: đàn linh dương được đưa sang bờ tây phát triển thành 14 con, còn đàn linh dương đưa sang bờ đông chỉ còn lại 3 con, 7 con còn lại đã bị sói ăn thịt.

Câu đố cuối cùng cũng đã có lời giải đáp, hóa ra linh dương bên bờ đông có thân hình cường tráng, tốc độ chạy nhanh chỉ vì gần khu vực chúng sinh sống có một bầy sói, “người hàng xóm” này khiến đàn linh dương ngày ngày sống trong “phạm vi cạnh tranh”. Để tiếp tục sinh tồn, chúng ngày càng “có sức chiến đấu” mạnh mẽ hơn. Còn linh dương bên bờ tây vừa nhỏ bé vừa yếu ớt chính là vì thiếu kẻ địch, không có áp lực sinh tồn.

Hiện tượng vừa miêu tả trên gợi mở cho chúng ta rất nhiều điều, trong cuộc sống xuất hiện một đối thủ, một chút áp lực hoặc một vài khó khăn trắc trở, rõ ràng không phải là việc xấu. Bởi vì, một động vật không có đối thủ, nhất định là động vật thiếu sức sống; một dân tộc không có đối thủ, chắc chắn trở thành một dân tộc không có chí tiến thủ. Tương tự, một cá nhân, một tập thể, một tổ chức nếu không có đối thủ, cũng rất có khả năng tuột dốc và lạc hậu.

Một nhân viên bán hàng nổi tiếng thế giới chỉ rõ, kế hoạch bán hàng là để nhằm vào một loại mặt hàng hoặc một đối thủ nào đó, trận chiến kinh doanh không có đối thủ chắc chắn sẽ thất bại, giống như vở kịch không có nhân vật phụ sẽ không có người xem. Trong trận chiến kinh doanh với đối thủ cạnh tranh, rõ ràng cả hai đều là người chiến thắng. Điều này có thể được chứng thực từ trận chiến kinh doanh mang tính quốc tế trong thế giới nước giải khát Cô-ca cô-la.

Chúng ta đều biết, hai đồ uống chính bán chạy nhất trên thế giới là Cô-ca cô-la và Pepsi. Cô-ca cô-la ra đời sớm hơn Pepsi 12 năm. Cuộc cạnh tranh giữa họ vô cùng kịch liệt, kéo dài gần 80 năm, câu chuyện này gần như tất cả mọi người trên thế giới đều đã từng nghe qua.

Chính nhờ đối thủ cạnh tranh mạnh, cả Cô-ca cô-la và Pepsi đều giành phần thắng trong cuộc cạnh tranh này. Trong cuốn sách “Động thái kinh tế học”, Burton Klein, nhà kinh tế nổi tiếng người Mỹ chỉ rõ: “Hễ một công ty không còn phải đối mặt với thách thức thực sự, nó sẽ có rất ít cơ hội để duy trì sự năng động”. Ông cho rằng, công ty thành công nhất là những công ty phải đối mặt với nhiều đối thủ cạnh tranh, công ty không thành công nhất là những công ty không phải đối diện với cạnh tranh nghiêm trọng. Vì có cạnh tranh mới có tồn tại, nên công ty và nhân viên phải thể hiện trình độ cao hơn, từ đó càng trở nên nhạy bén và xuất sắc hơn. Cạnh tranh khiến một người trở nên thông minh, tháo vát, giỏi giang, khiến họ không ngừng tìm kiếm đáp án mới.

Nhà quản lý hàng đầu người Mỹ, Downer Ken Doerr có một bài nói chuyện sâu sắc, súc tích về cạnh tranh. Ông nói: “Có rất nhiều người sống hời hợt, qua loa, không có một chút ý muốn cạnh tranh, cuối cùng chết vì trầm cảm. Đối với kiểu người này, tôi chỉ cảm thấy đáng thương. Từ khi

làm kinh doanh đến nay, tôi luôn cảm ơn đối thủ cạnh tranh trên thương trường. Có những người giỏi hơn tôi, có người kém hơn tôi; nhưng dù giỏi hay không giỏi, họ đều khiến tôi chạy mệt hơn, nhưng cũng chạy nhanh hơn. Trên thực tế, cạnh tranh đến nơi đến chốn đủ để đảm bảo một doanh nghiệp có thể sinh tồn. Do nhà máy của các đối thủ cạnh tranh càng ngày càng hiện đại, nhân viên càng được huấn luyện nhiều hơn, quy mô sản xuất cũng theo đó được mở rộng. Vì thế, so với vinh quang, dã tâm, lợi ích, cạnh tranh càng thúc đẩy nghiệp vụ của một công ty".

Đoạn văn trên chỉ ra triết lý của cạnh tranh. Là một nhân viên, chỉ khi dám tham gia vào cuộc cạnh tranh trên thị trường, giỏi cạnh tranh mới có cơ hội kinh doanh thành công.

3. HIỂU VÀ PHÂN TÍCH ĐỐI THỦ CẠNH TRANH MỚI CÓ THỂ CHIẾN THẮNG ĐỐI THỦ

Trong doanh nghiệp, điều mà công nhân viên chức, giám đốc cấp cơ sở quan tâm nhất là ông chủ của họ đang nghĩ gì, làm gì. Chịu trách nhiệm trước ông chủ đương nhiên là bổn phận của cấp dưới, nhưng họ thường xuyên vì thế mà bỏ qua hoặc coi nhẹ việc quan tâm xem đối thủ cạnh tranh của doanh nghiệp đang làm gì và nghĩ gì.

Bill Gates nói: "Một nhân viên xuất sắc nên quan tâm chặt chẽ đến sự phát triển của đối thủ cạnh tranh của công ty, cố gắng tìm hiểu kỹ càng, tường tận ưu nhược điểm của sản phẩm cũng như hiệu suất kinh doanh của đối thủ cạnh tranh".

Bill Gates nhiều lần nhắc nhở cấp dưới cần tỉnh táo, có ý thức về hoạn nạn, rằng xung quanh đâu đâu cũng là đối thủ đang nhìn chằm chằm vào mình như hổ đói. "Tìm hiểu về họ", "suy nghĩ nhiều hơn một chút về đối thủ" là những gì Bill Gates thường xuyên nhắc nhở cấp dưới cũng như chính bản thân mình.

Trong thời đại cạnh tranh, thành công của doanh nghiệp đa phần được quyết định bởi việc có tiến hành cạnh tranh một cách có hiệu quả hay không. Vậy doanh nghiệp làm thế nào mới có thể cạnh tranh có hiệu quả và chiến thắng đối thủ? Một con đường quan trọng là: Coi việc phân tích cạnh tranh là tiền đề, thống kê, trù bị sách lược của doanh nghiệp. "Biết người biết ta, trăm trận trăm thắng", chỉ khi hiểu về đối thủ mới có thể đảm bảo công việc luôn ổn định, tay nghề luôn điêu luyện trong cuộc cạnh tranh khốc liệt.

Phân tích đối thủ cạnh tranh, chuyển dịch ưu thế cạnh tranh là cách làm quan trọng để doanh nghiệp giành chiến thắng trong cạnh tranh. Bất kỳ doanh nghiệp nào, bao gồm doanh nghiệp tiêu thụ, doanh nghiệp vận hành, muốn trụ vững trong cuộc cạnh tranh trên thị trường đều phải khách quan, kịp thời nhận thức được đối thủ cạnh tranh trực tiếp cũng như đối thủ tiềm ẩn của mình, phải xác định rõ chiến lược và mục tiêu, ưu thế và hoàn cảnh bất lợi của đối thủ cạnh tranh, từ đó đặt ra chiến lược cạnh tranh và sách lược kinh doanh có hiệu quả.

Hiểu đối thủ cạnh tranh sẽ giúp doanh nghiệp khai thông, mở rộng đường lối, sửa đổi mục tiêu tài chính, khai thác phát triển sản phẩm tốt hơn. Có thể nói, hiểu và phân tích đối thủ cạnh tranh là điều kiện tiền đề để triển khai cạnh tranh.

Người thành công trong Thung lũng điện tử Silicon, để biết rõ đối thủ cạnh tranh như lòng bàn tay, họ thông qua các kênh khác nhau để tìm hiểu gốc rễ của đối thủ. Ví như: Các kỹ sư tiến hành tháo rời sản phẩm của đối thủ để phân tích; các luật sư nghiên cứu bản quyền phát minh sáng chế của đối thủ; các nhân viên bán hàng kiểm tra mạng lưới bán hàng của đối thủ; thiên tài khoa học kỹ thuật cao phân tích tỉ mỉ sản phẩm của đối thủ, hy vọng tìm ra khuyết điểm của sản phẩm để đưa ra sản phẩm cải tiến mới tốt hơn.

Tục ngữ có câu: "Thương trường như chiến trường", vì thế trên thương trường, nhân viên doanh nghiệp cần giống như chiến sỹ trinh thám trên chiến trường, đi điều tra, tìm hiểu, phân tích

tình hình đối thủ cạnh tranh của mình, tìm hiểu mục tiêu kinh doanh, tình hình khai thác sản phẩm, kinh doanh trên thị trường, chiến lược nhân tài của doanh nghiệp khác trong ngành, như vậy mới có thể đưa ra sách lược ứng phó tương ứng, mới có thể cạnh tranh, khống chế đối thủ, để bản thân không bị đối thủ nuốt chửng, đánh gục.

Năm 1977, giới xây dựng và nhà đất Hồng Công xôn xao trước dự án xây dựng nhà ga tàu điện ngầm, công trình công cộng lớn nhất Hồng Công. Việc đấu thầu dự án này thu hút sự quan tâm rộng rãi của các công ty lớn hàng đầu giới xây dựng và nhà đất Hồng Công. Khi đó, đứng ở vị trí bá chủ giới nhà đất, bất luận là tiền vốn, thực lực hay danh tiếng, không ai có thể vượt qua hãng địa ốc Trí Địa. Trong khi đó, công ty địa ốc Trường Giang của Lý Gia Thành mới vừa thành lập được 6 năm, không thể so sánh với Trí Địa trên bất cứ phương diện nào. Nhưng chính công ty địa ốc Trường Giang không mấy thu hút sự chú ý của mọi người lại đánh bại 29 đối thủ trong cuộc cạnh tranh này, trong đó bao gồm cả địa ốc Trí Địa. Sự kiện này sao có thể không khiến mọi người thay đổi cách nhìn về địa ốc Trường Giang?

Vậy bí quyết chiến thắng trong cạnh tranh của địa ốc Trường Giang do Lý Gia Thành sáng lập là gì? Đó là "biết người biết ta, trăm trận trăm thắng". Qua việc phân tích tường tận, tỉ mỉ, Lý Gia Thành phát hiện, địa ốc Trí Địa có một điểm yếu không dễ nhận ra, đó là tính tự cao tự đại, coi thường tất cả, vì thế chưa chắc đã nghiên cứu tỉ mỉ ưu nhược điểm trên các mặt của cuộc cạnh tranh.

Sau khi phân tích điểm yếu của địa ốc Trí Địa, Lý Gia Thành còn nghiên cứu cẩn thận mục đích thật sự của công ty điện ngầm mời thầu, thông qua nhiều kênh khác nhau, ông hiểu được ý đồ của chính quyền Hồng Công. Ông nghe nói chính quyền Hồng Công chuẩn bị cấp đất cho công ty điện ngầm theo nguyên giá được định trước, nhưng yêu cầu công ty điện ngầm chi trả bằng tiền mặt. Lúc này, phân tích nghiên cứu của Lý Gia Thành cho thấy, công ty điện ngầm nhất định sẽ đối mặt với khó khăn không đủ tiền mặt. Thế nên ông đã đưa ra hai điều khoản có lợi cho công ty điện ngầm trong bản kế hoạch tham gia đấu thầu: một là, địa ốc Trường Giang sẽ chi trả phí xây dựng đường ray bằng tiền mặt; hai là, hai đầu đường tàu điện ngầm đều thiết kế thành khu thương mại hạng nhất, sau khi xây dựng xong sẽ đem bán toàn bộ, lợi ích được chia đều cho hai bên là công ty điện ngầm và địa ốc Trường Giang.

"Biết người biết ta" chính là điểm độc đáo của Lý Gia Thành, sơ xuất của địa ốc Trí Địa chính là ở chỗ coi nhẹ việc phân tích, so sánh thực lực ta và địch, luôn cho rằng thực lực của bản thân không ai sánh kịp, từ đó dẫn tới kết quả "sơ ý mất Kinh Châu" đầy tiếc nuối. Chính nhờ bí quyết "biết người biết ta", địa ốc Trường Giang cuối cùng đã giành chiến thắng trong cuộc cạnh tranh.

Chiến lược cạnh tranh có hiệu quả, đi đến chiến thắng đối thủ chính là tìm hiểu và phân tích đối thủ, cần biết rõ một số thông tin về đối thủ như:

- Đối thủ cạnh tranh hài lòng với hiện tại hay đang tìm kiếm thị trường mới.

Họ sẽ áp dụng chiến lược và sách lược như thế nào, các bước đi đó sẽ đe dọa chừng nào đến doanh nghiệp của bạn. - Điểm yếu của đối thủ cạnh tranh là gì.

- Bản thân áp dụng hành động gì sẽ khiến đối thủ phản ứng quyết liệt và làm tổn hại đến lợi ích đối phương.

"Biết người biết ta" không có nghĩa là theo đuổi, mô phỏng, bắt chước đối thủ cạnh tranh, mà để xây dựng một chiến lược độc đáo không giống ai, vừa phù hợp với năng lực của bản thân vừa phòng ngừa đối thủ cạnh tranh, nhằm đảm bảo doanh nghiệp luôn giữ vững ưu thế trong cạnh tranh.

Doanh nghiệp cần phải thu thập thông tin về đối thủ cạnh tranh một cách toàn diện, kịp thời và có hệ thống; đồng thời trên cơ sở đó tiến hành phân tích từ ngoài vào trong, từ nông đến sâu, từ thô sơ đến tỉ mỉ, để loại trừ các yếu tố giả tạo, giữ lại yếu tố thực chất, nhờ đó mới có thể đánh đúng

điểm yếu, chỗ sơ hở của đối thủ và giành chiến thắng. Trong thời đại kinh tế thị trường tràn ngập biến hóa này, doanh nghiệp nào có trong tay càng nhiều thông tin, doanh nghiệp đó chiếm ưu thế; doanh nghiệp nào có thể tìm hiểu đầy đủ về đối thủ cạnh tranh, doanh nghiệp đó có thể nắm bắt thời cơ trước nhất trong cuộc cạnh tranh thị trường và trụ vững trong cục diện.

Thông tin càng nhiều, cơ hội của bạn càng nhiều, đường đi của bạn càng rộng; hiểu đối thủ càng triệt để, càng thấu đáo, bạn càng có nhiều dự tính, định liệu, sẽ không sợ phải đối mặt với nguy cơ, khủng hoảng, không lo lắng trước sự biến đổi của môi trường.

4. HỌC HỎI TỪ ĐỐI THỦ CẠNH TRANH, TRÁNH MẮC NHỮNG LỖI LẦM MÀ ĐỐI THỦ ĐÃ TỪNG MẮC

Bill Gates luôn coi trọng việc học hỏi từ đối thủ cạnh tranh. Ông nói: "Một nhân viên xuất sắc nên phân tích điểm đáng học tập của đối thủ cạnh tranh và chú ý tổng kết để tránh mắc lỗi như đối thủ đã từng mắc".

Năm 2001, Phó giám đốc điều hành Microsoft Lý Khai Phúc đến Bắc Kinh, giới thiệu hệ thống Windows XP mới được Microsoft khai thác, phát triển. Trong buổi họp báo, Lý Khai Phúc đã kể cho các phóng viên nghe một câu chuyện như sau: Microsoft có một nhóm chuyên làm công tác phân tích tình hình của đối thủ cạnh tranh, bao gồm lúc nào đưa ra sản phẩm mới, sản phẩm có nét gì đặc sắc, có sách lược kinh doanh ra sao, phản ứng của thị trường thế nào, có ưu thế gì, bất lợi gì, v.v... Lãnh đạo Microsoft hàng năm đều mở một cuộc họp, mời nhóm nhân viên phân tích đó đến trình bày tình hình của đối thủ cạnh tranh.

Tại sao Microsoft lại làm như vậy? Khi đó phóng viên đoán cách làm của Microsoft là để phân tích "kẽ hở" của đối thủ cạnh tranh. Nhưng lời giải thích của Lý Khai Phúc lại nằm ngoài dự đoán của phóng viên: hành động này của Microsoft là để học tập đối thủ cạnh tranh, học hỏi sở trường và điểm mạnh của đối phương.

Đối đầu với đối thủ cạnh tranh hay học tập đối thủ cạnh tranh, đây là một lựa chọn quyết định đến việc doanh nghiệp có thể tồn tại trong thế kỷ 21 hay không. Muốn chiến thắng đối thủ, muốn tồn tại trong sóng lớn thị trường, một cách làm quan trọng, một bài học quan trọng chính là "học tập đối thủ cạnh tranh".

Phương pháp đào tạo cán bộ bậc trung của Stew Leonard, Giám đốc cửa hàng sản phẩm sữa Stew Leonard Mỹ rất độc đáo, phương pháp của ông chính là phỏng vấn đối thủ.

Ông thường xuyên lựa chọn một đối thủ cạnh tranh có nhiều điểm tương đồng trong kinh doanh với cửa hàng mình làm đối tượng để phỏng vấn. Khi đi phỏng vấn, dù khoảng cách xa hay gần, dù nơi đó cách cửa hàng mấy trăm km, ông đều dẫn theo 15 nhân viên cấp dưới.

Vì việc này, ông còn thành lập riêng một "câu lạc bộ chú ý" bao gồm toàn bộ 15 nhân viên tham gia phỏng vấn, xem ai là người đầu tiên có thể nghĩ ra ý tưởng mới cho công ty từ phương thức kinh doanh quản lý của đối thủ cạnh tranh? Liệu nhân viên có đảm bảo tự mình nghĩ ra ít nhất một ý tưởng mới hay không?

Mục đích Stew Leonard làm như vậy là muốn mỗi nhân viên đi phỏng vấn đều có thể tìm ra một vài điểm đối thủ cạnh tranh làm tốt hơn Stew Leonard. Stew Leonard nói: "Chúng ta cần cố gắng hết mình tìm ra một việc đối thủ cạnh tranh làm tốt hơn chúng ta, rất có thể đó chỉ là một việc nhỏ, nhưng chỉ khi làm như vậy bạn mới có thể không ngừng cải tiến công việc của bản thân".

Học tập đối thủ cạnh tranh, vượt lên đối thủ cạnh tranh là môn học bắt buộc đối với mỗi doanh

nghiệp và nhân viên. Trong nền kinh tế thị trường đầy biến động, tiếp thu kinh nghiệm thành công của đối thủ cạnh tranh, sau đó tiến hành sửa đổi, cải tiến và sáng tạo, sẽ có thể làm cho doanh nghiệp của mình không ngừng lớn mạnh, trụ vững trong quá trình cạnh tranh.

Sam Witton là tỷ phú đứng đầu thế giới năm 1991, khi đó tài sản của ông lên tới 25 tỷ đô-la Mỹ, ông đã lập nghiệp từ đâu?

Ông biến cửa hàng tạp phẩm thành tập đoàn trung tâm thương mại, sau đó trở thành vương quốc cửa hàng bán lẻ Mỹ với tên gọi “Wal Mark”.

Khi ông mở cửa hàng đầu tiên, mặc dù chỉ là một cửa hàng tạp phẩm nhỏ, nhưng mục tiêu đời ông chính là trở thành người đi đầu trong lĩnh vực bán lẻ, ông biết một khi đạt đến mục đích này, tiền tài sẽ tự nhiên tìm đến với ông. Hàng ngày ông không chỉ tỉnh giấc lúc 4 giờ sáng, bắt đầu làm việc và đốc thúc nhân viên của cửa hàng mang đến dịch vụ có chất lượng tốt nhất, mà còn tìm đến cửa hàng của đối thủ cạnh tranh mỗi khi có thời gian rỗi, không ngừng nghiên cứu đối thủ cạnh tranh.

Mục tiêu của ông là trở thành người đi đầu trong ngành nghề, vì thế ông phải luôn duy trì để mỗi việc làm, mỗi sách lược kinh doanh của mình đều xuất sắc hơn đối thủ, thế nên ông thường xuyên đến cửa hàng của đối thủ cạnh tranh để tìm hiểu, giá cả của đối thủ có rẻ hơn của mình hay không? Các mặt hàng của đối phương được bày biện có đẹp mắt, khoa học hơn ở cửa hàng mình hay không? Dịch vụ của đối phương có tốt hơn của mình hay không? Ông còn xem xem đối thủ của mình làm đúng những việc gì? Việc gì làm tốt? Việc gì làm chưa tốt? Ông không chỉ tiếp thu bài học, kinh nghiệm của đối phương mà mỗi khi phát hiện thấy đối phương làm tốt hơn mình, ông lập tức nghĩ cách vượt lên đối thủ cạnh tranh ngay trên phương diện đó, trong quá trình làm đi làm lại như vậy, cửa hàng của ông dĩ nhiên đã biến thành cửa hàng hoàn mỹ nhất nước Mỹ, sau đó trở thành vương quốc bán lẻ rộng lớn đứng đầu thế giới.

Khi đối thủ cạnh tranh vượt lên doanh nghiệp của mình trên các mặt như thương hiệu sản phẩm, chất lượng, kinh doanh, đối ngoại, văn hóa doanh nghiệp v.v..., bạn cần nghiên cứu vì sao đối thủ có thể làm được như vậy, nghiên cứu cách làm hay được phản ánh qua kết quả đó. Hiểu rõ các cách làm đó chính là học tập. Trên cơ sở cách làm đó, kết hợp đặc điểm của doanh nghiệp, cộng với cách làm của riêng mình, đây chính là sáng tạo. Doanh nghiệp sẽ không ngừng trưởng thành, lớn mạnh, tiến lên ngang bằng hoặc vượt qua đối thủ nhờ quá trình không ngừng học tập và sáng tạo. Vì thế có thể nói, không có đối thủ cạnh tranh sẽ không có tiến bộ, và không học tập đối thủ cạnh tranh sẽ chẳng thể tham gia cạnh tranh.

Luôn quan tâm đến đối thủ từng giờ từng phút, học tập đối thủ cách làm thông minh, tránh mắc lỗi lầm giống đối thủ mới có thể vượt lên, chiến thắng đối thủ.

TẬN DỤNG THỜI GIAN MỘT CÁCH CÓ HIỆU QUẢ, LÀM VIỆC BẰNG TRÍ NÃO

hân viên xuất sắc biết vận dụng trí nào, phân tích vấn đề nhưng không hạn chế ở việc phân tích đơn thuần. Họ biết làm thế nào để tìm điểm thăng bằng tiềm ẩn, làm thế nào để tìm kiếm thời cơ hành động tốt nhất. Nhân viên xuất sắc sẽ tận dụng thời gian một cách hợp lý, hữu hiệu và đưa ra kiến nghị rõ ràng với các bộ phận khác.

Bill Gates nói: "Nhân viên xuất sắc giỏi động não phân tích vấn đề, nhưng không chỉ giới hạn ở việc phân tích đơn thuần. Cần dốc sức suy nghĩ, giải quyết vấn đề một cách ổn thỏa".

Tuy nhiên, trong công ty có một số nhân viên không làm việc bằng trí não, họ thiếu khả năng suy nghĩ, xem xét vấn đề và cũng không có khả năng giải quyết vấn đề. Khi gặp phải khó khăn, họ không biết tự đặt thêm câu hỏi "tại sao" hoặc "làm thế nào" mà lại cố tình trốn tránh khó khăn. Nhân viên như vậy không những không được doanh nghiệp hoan nghênh mà còn khó có thể tiến xa hơn trong sự nghiệp.

Một nhân viên nộp lên giám đốc một bản báo cáo. Trong bản báo cáo, anh trình bày tường tận công việc của mình và liệt kê ra toàn bộ vấn đề vướng mắc. Sau khi xem xong báo cáo, giám đốc cho gọi người nhân viên tới, trưng cầu ý kiến của anh về các vấn đề trong báo cáo cũng như cách giải quyết các vấn đề đó. Tuy nhiên, người nhân viên lại điềm nhiên trả lời: "Dù sao đi nữa tôi cũng đã chỉ ra vấn đề rồi, cách giải quyết ra sao không phải là việc của tôi, chức vụ của tôi thấp kém, tôi không thể bảo người khác phải làm như thế nào, đây là việc của giám đốc".

Mỗi nhân viên đều mong mình có biểu hiện xuất sắc trong công việc và kỳ vọng có cơ hội giải quyết khúc mắc trong công việc, nâng cao giá trị bản thân. Đối với mỗi người nhân viên có chí tiến thủ, ý nghĩ và cách làm như nhân viên kể trên hiển nhiên là không được.

Giỏi phát hiện vấn đề, suy nghĩ vấn đề và giải quyết vấn đề là phẩm chất mà mỗi nhân viên xuất sắc cần có. Mỗi người đều có trách nhiệm giải quyết vấn đề còn tồn tại trong công việc nhằm tạo ra tài sản cho doanh nghiệp. Chỉ có như vậy mới có thể hoàn thành tốt công việc và trụ vững trong sự nghiệp.

Giỏi suy nghĩ mới có hành động

Bill Gates từng nói: "Tài sản duy nhất của công ty Microsoft là sức tưởng tượng của nhân viên". Khi tuyển dụng, Microsoft thường hỏi người dự tuyển các câu hỏi tương tự như: "Tại sao nắp cống ngầm hình tròn?", "Làm thế nào đo được lượng nước chảy vào sông Mississippi hàng ngày?", "Làm thế nào đo trọng lượng một chiếc máy bay trong trường hợp không có cân tiểu ly?".

Thực ra, người phỏng vấn của Microsoft không hề muốn nghe câu trả lời "chính xác", họ muốn xem người dự tuyển có thể đưa ra phương án trả lời tốt nhất hay không, xem họ có thể suy nghĩ vấn đề một cách sáng tạo hay không. Đối với Microsoft, người có thể suy nghĩ vấn đề một cách sáng tạo, giải quyết vấn đề một cách thỏa đáng mới có thể có hành động tạo ra giá trị cho doanh nghiệp.

Một cậu bé 14 tuổi thấy một mẩu thông báo tuyển người đăng trên báo, công việc này phù hợp với cậu. Buổi sáng hôm sau, khi cậu đến địa điểm dự thi đúng giờ, đã phát hiện đội ngũ dự thi xếp

hàng dài hơn 20 người. Cậu chỉ là người thứ 21 trong đội ngũ đó. Làm thế nào mới có thể thu hút sự chú ý đặc biệt và cạnh tranh thành công? Đây là câu hỏi đặt ra cho cậu. Nên xử lý câu hỏi này ra sao? Chỉ có một việc có thể làm, đó là động não suy nghĩ. Qua suy nghĩ, rất nhanh cậu đã nghĩ ra một biện pháp tuyệt vời. Cậu rút từ trong túi ra một tờ giấy, viết lên đó một vài dòng, sau đó gấp cẩn thận, tiến về chỗ người thư ký, nói với cô rất lễ phép: "Thưa cô, xin cô chuyển ngay tờ giấy này cho ông chủ, nó vô cùng quan trọng!".

Cô thư ký là người có kinh nghiệm lâu năm, nếu đó chỉ là một cậu bé bình thường, có lẽ cô sẽ nói: "Thôi đi, cậu bé! Cậu quay về vị trí của mình và kiên nhẫn chờ đợi đi". Nhưng đây không phải là một cậu bé bình thường, cô cảm nhận được bằng trực giác, từ cậu bé tỏa ra một thần thái vô cùng tự tin. Cô đã nhận tờ giấy.

"Được", cô nói, "để tôi xem tờ giấy này viết gì". Cô nhìn và không khỏi mỉm cười. Cô lập tức đứng dậy, đi vào phòng của ông chủ, đặt tờ giấy lên bàn. Ông chủ xem xong cũng bật cười, bởi vì tờ giấy viết là: "Thưa ông, tôi xếp ở vị trí thứ 21 trong hàng, trước khi ông gặp tôi, xin ông đừng vội đưa ra quyết định gì".

Cậu bé có được công việc mình cần. Những đứa trẻ biết suy nghĩ như cậu dù đi tới đâu chắc chắn đều có biểu hiện tốt. Mặc dù còn rất trẻ nhưng cậu bé đã biết suy nghĩ và suy nghĩ một cách nghiêm túc. Cậu đã có khả năng nắm bắt trọng tâm vấn đề trong thời gian ngắn, sau đó dốc sức giải quyết và cố gắng làm tốt.

Trên thực tế, bạn sẽ gặp rất nhiều vấn đề tương tự như vậy trong công việc. Khi vấp phải vấn đề, nếu suy nghĩ nghiêm túc, cẩn thận, bạn sẽ rất dễ tìm ra cách giải quyết.

Có một thanh niên Mỹ tìm được việc làm trong một công ty dầu mỏ. Học lực của anh không cao, anh cũng không biết công nghệ gì, ngay đến một đứa trẻ cũng có thể đảm nhiệm công việc của anh hiện tại, đó là kiểm tra nắp hộp dầu trên dây chuyền sản xuất đã được hàn kín hay chưa.

Hộp dầu sau khi đong đầy dầu sẽ được chuyển đến bàn quay qua băng chuyền, nhựa hàn sẽ tự động nhỏ xuống từ phía trên, quay tròn một vòng quanh nắp hộp, công việc đến đây coi như kết thúc, hộp dầu rời khỏi dây chuyền sản xuất, chuyển vào kho. Nhiệm vụ của anh là chú ý quan sát trình tự công việc này, từ sáng sớm đến tối mịt, nhìn mấy trăm hộp dầu đi qua, ngày nào cũng như ngày nào.

Chẳng được mấy ngày, công việc buồn tẻ này làm anh phát ngán, anh rất muốn đổi việc nhưng lại không tìm được việc nào khác. Anh chẳng biết làm sao, đành kiên trì làm tiếp.

Qua nhiều lần quan sát, anh phát hiện hộp dầu quay một vòng, nhựa hàn sẽ nhỏ 39 giọt, việc hàn nắp hộp sẽ kết thúc. Anh suy nghĩ, trong công việc đơn giản hết mức này, liệu có còn khả năng cải tiến hay không?

Một ngày nọ, anh đột nhiên nghĩ ra: Nếu có thể giảm một hay hai giọt nhựa hàn, có lẽ sẽ tiết kiệm được giá thành sản xuất.

Nghĩ là làm, sau một thời gian thử nghiệm, anh sáng chế ra máy hàn 37 giọt, nhưng hộp dầu được hàn bởi chiếc máy này thỉnh thoảng bị lỗi, chất lượng không được đảm bảo. Không nản chí, anh lại sáng chế ra máy hàn 38 giọt, lần này thành công, công ty rất hài lòng, không lâu sau, máy hàn 38 giọt được sản xuất rộng rãi nhờ công nghệ của anh. Mặc dù máy mới chỉ tiết kiệm một giọt nhựa hàn nhưng lại giúp công ty tiết kiệm 50 trăm triệu đô-la Mỹ tiền mua nhựa hàn hàng năm.

Người thanh niên này chính là John Davidson Rockefeller, vua dầu mỏ thuộc thế hệ đầu tiên trong ngành công nghiệp Mỹ với số tài sản lên tới hàng nghìn tỷ đô-la. Việc cải tiến máy hàn cũng làm thay đổi cuộc đời của Rockefeller. Chính nhờ giỏi phát hiện, biết suy nghĩ và giải quyết vấn đề, người thanh niên bình thường nhất nước Mỹ đã có bước đột phá lớn nhất trong công việc bình thường nhất, từ đó mở ra cánh cửa thành công cho cuộc đời mình.

Nhân viên xuất sắc làm việc bằng trí óc

Cùng một công việc, có nhân viên có thể hoàn thành một cách nhẹ nhàng, nhưng có nhân viên lại gặp hết rắc rối nọ đến trắc trở kia. Cũng giống như trên cùng một dây chuyền sản xuất, trong cùng một quãng thời gian, cùng một thiết bị sản xuất, cùng một sản phẩm, để những nhân viên khác nhau thực hiện sản xuất, sản lượng và chất lượng sản phẩm sẽ không giống nhau. Ngoài các điều kiện khách quan như khả năng phản ứng cá nhân ra, nguyên nhân quan trọng hơn dẫn tới hiện tượng này là có người làm việc bằng trí óc, họ biết suy nghĩ làm thế nào để sử dụng phương thức hữu hiệu sản xuất ra nhiều sản phẩm tốt hơn trong thời gian ngắn nhất, còn một số người chỉ sản xuất nhờ đôi tay.

Khi bàn về nhân viên xuất sắc, Bill Gates cho rằng, cách làm việc của nhân viên xuất sắc là làm việc bằng trí não. Nhân viên làm việc bằng trí óc biết suy nghĩ làm thế nào để hoàn thành công việc tốt hơn trong thời gian ngắn nhất với giá thành thấp nhất.

Một công ty xây dựng đang lắp đường dây điện cho một tòa nhà mới. Ở một góc, họ phải luồn dây điện qua một chiếc ống dài 10m nhưng đường kính chỉ rộng 3cm, hơn nữa đường ống lại được gắn trên tường đá, rất vòng vèo. Lúc mới bắt đầu, họ cảm thấy rất khó để hoàn thành nhiệm vụ nếu dùng biện pháp thường ngày.

Sau đó, một người thợ lắp ráp đã nghĩ ra một sáng kiến vô cùng mới lạ: Anh ra chợ mua hai chú chuột trắng, một đực một cái. Sau đó anh buộc một đầu dây lên mình chú chuột đực và thả nó vào một đầu ống. Một người công nhân khác đặt chú chuột cái vào đầu kia của ống, nhẹ nhàng véo nó một cái, làm nó phát ra tiếng kêu chít chít. Chuột đực nghe thấy tiếng kêu của chuột cái liền chạy men theo đường ống đi tìm. Nó chạy theo đường ống khiến dây điện buộc trên mình cũng được kéo theo. Thế là, rắc rối về việc luồn dây điện đã được giải quyết thuận lợi. Người thợ lắp đặt thích động não đó cũng nhờ thế mà được ông chủ trọng thưởng.

Nhân viên cần học cách suy nghĩ trong khi làm việc, học cách làm việc bằng trí não. Nỗ lực, cố gắng trong công việc là điều đáng quý, nhưng chỉ nỗ lực thôi chưa đủ, còn cần động não nhiều hơn, như vậy mới có thể làm nên thành tích thật sự.

Làm tốt công việc cấp trên giao phó không có nghĩa là bạn phải làm một người máy, hãy nhớ rằng, bất kỳ lúc nào đều cần là một nhân viên có đầu óc.

Mang theo suy nghĩ khi làm việc, giải quyết ổn thỏa vấn đề

Năm 1999, trong lần trả lời phóng viên Đài truyền hình Trung ương, Bill Gates nói, kể từ khi đảm nhiệm vai trò Giám đốc điều hành Microsoft, ông đã không còn thời gian viết phần mềm máy tính nữa. Nhưng dù bận đến đâu, hàng tuần ông vẫn luôn dành ra một hai ngày đi tìm một địa điểm yên tĩnh để suy nghĩ. Tại sao? Ông nói, đối mặt với công việc bận rộn và cạnh tranh căng thẳng của ngành công nghệ thông tin, ông buộc phải có thời gian dành riêng để suy nghĩ, nhằm đưa ra quyết sách mang ý nghĩa chiến lược.

Từ nhỏ, Bill Gates đã tỏ ra là người chăm suy nghĩ, giỏi suy nghĩ và có thể giải quyết ổn thỏa nhiều vấn đề. Chính khả năng phân tích vấn đề, giải quyết vấn đề bằng trí não đã khiến ông đạt được thành công.

Bill Gates thường nhắc nhở nhân viên của mình, cần mang theo suy nghĩ vào công việc, suy nghĩ ngay cả khi làm việc. Quan trọng hơn là tận dụng kiến thức bản thân học được để suy nghĩ phân tích vấn đề, tìm ra khiếm khuyết còn tồn tại trong sản xuất, giải quyết vấn đề một cách thiết thực.

Bill Gates từng kể cho nhân viên một trường hợp như sau:

Một lần, một giáo sư dẫn học sinh đến nhà máy sản xuất để tham quan học tập. Ở một xưởng

chế tạo bánh răng, những chiếc bánh răng ra đời từ một cỗ máy gần cửa luôn có vết xước không bình thường trên bề mặt răng cưa. Nguyên nhân do đâu? Máy gia công răng cưa rất phức tạp, chủ yếu vì liên hệ bên trong của chuyển động của máy rất phức tạp, hơn nữa liên hệ bên trong của chuyển động này lại rất nghiêm ngặt. Vị giáo sư hiểu khá rõ về cơ chế vật lý của chuyển động ở loại máy này, ông ngẫm nghĩ một hồi, cộng thêm phân tích về từng giai đoạn trong chuyển động, chẳng bao lâu đã tìm ra nguyên nhân của vấn đề, cho rằng do lắp nhầm vị trí của bánh răng cưa chủ động và bánh răng cưa bị động. Mở máy ra, kết quả hoàn toàn đúng như lời giáo sư nói.

Từ ví dụ trên chúng ta có thể thấy, vị giáo sư không những nắm vững kiến thức về cơ chế vật lý của loại máy này mà còn có thể vận dụng vào thực tế, tìm ra một cách chính xác nguyên nhân gây ra vết xước trên răng cưa của bánh răng. Đây chính là khả năng ứng dụng kiến thức để phân tích, giải quyết vấn đề thực tế.

Giỏi động não, phân tích vấn đề và giải quyết vấn đề một cách ổn thỏa là khả năng không thể mua được bằng tiền. Trong quá trình phát triển, doanh nghiệp sẽ không thể tránh khỏi gặp phải các kiểu vấn đề trắc trở. Sự xuất hiện của chúng tự nhiên như mặt trời mọc và lặn mỗi ngày. Vì thế, các ông chủ nhất thiết cần phải có nhân tài để kịp thời hóa giải vấn đề.

Khi gặp vấn đề nhỏ, vụn vặt trong công việc, người nhân viên không nên nghĩ cách trốn tránh mà nên mạnh dạn suy nghĩ, đối diện trực tiếp với vấn đề và phân tích, giải quyết vấn đề theo năng lực của mình. Học cách làm tốt, nghiêm chỉnh trong từng công việc, dù đó là việc lớn hay việc nhỏ, ai dám nói trước đó không phải là tài sản của cuộc đời? Ai dám khẳng định trong những công việc đó không ẩn chứa cơ hội thành công?

Bill Gates nói: “Có ý nghĩ hay, hãy bắt tay thực hiện ngay. Chỉ khi hành động ngay lập tức mới có thể đạt được thành công”.

Bill Gates nói như vậy và cũng làm đúng như vậy. Kể từ ngày Bill Gates bước chân vào phòng máy tính nhỏ của trường trung học Lakeside đến nay, đối với ông, máy tính có sức hấp dẫn không thể kháng cự. 15 tuổi, ông viết cho công ty thông tin một phần mềm tiền lương vô cùng phức tạp. Ông thường xuyên làm việc thâu đêm trong phòng máy.

Giống như quả táo rơi xuống đầu Niu-tơn, máy tính xách tay bao trùm trí óc của Bill Gates cũng có một người dẫn đường bên ngoài. Đó chính là tạp chí “Điện tử học đại chúng” số ra tháng 1 năm 1975, hình ảnh chiếc máy tính Altair 8080 in trên bìa tạp chí bỗng chốc chiếu sáng giấc mộng máy tính của Bill Gates. Bill Gates liền gọi điện cho Roberts bày tỏ mong muốn được nghiên cứu, viết ra ngôn ngữ Basic cho dòng máy Altair. Sau đó, Bill Gates và Allen đã làm việc không kể ngày đêm trong suốt 8 tuần liền tại trung tâm tin học Aken của trường đại học Harvard để viết nên ngôn ngữ Basic phù hợp với 8080, mở ra con đường mới cho ngành phần mềm máy tính.

Tháng 5 năm 1975, Bill Gates có ý muốn thôi học, ông mong rằng có thể cùng Allen, người bạn tốt sáng lập một công ty phần mềm, nhưng bố mẹ của ông một mực phản đối. Lúc đó, Bill Gates xác định chắc chắn phải hành động vì ý tưởng lập nghiệp mới có thể thực hiện mơ ước của đời mình. Bất chấp sự phản đối kịch liệt của bố mẹ, Bill Gates rời khỏi Seattle và đến Albuquerque, bang New Mexico.

Mặc dù bố mẹ của Bill Gates muốn ngăn cản ông mở công ty bằng nhiều cách, nhưng Bill Gates luôn kiên trì ý định của mình, cuối cùng đã kết hợp với Paul Allen sáng lập ra công ty Microsoft.

Nếu Bill Gates có ý tưởng nhưng không hành động ngay thì chưa chắc đã có khả năng lập nên

đế quốc Microsoft và cũng khó có thể trở thành tỷ phú hàng đầu thế giới. Chính việc hành động ngay khi có ý tưởng đã tạo nên sự nghiệp huy hoàng của ông.

Thường ngày chúng ta hay nghe thấy những câu nói tương tự như: "Lúc đó tôi thật sự nên làm như thế này, nhưng tôi đã không làm", "Nếu năm đó tôi bắt đầu kinh doanh dự án này thì đã phát tài lâu rồi", "Năm xưa tôi đã có ý tưởng này, chỉ là mãi vẫn chưa thực hiện, nếu không, chắc chắn cũng thành công rồi".

Một ý tưởng hay hoặc một sáng kiến hay nếu "chết trong trứng nước" sẽ thật sự khiến chúng ta thở dài tiếc nuối. Có một ý tưởng hay, lại kịp thời hành động, chưa chắc có thể mang lại kết quả làm chúng ta hài lòng; nhưng không hành động sẽ không bao giờ thu được kết quả gì. Chỉ có hành động mới sản sinh ra kết quả. Thành công bắt đầu từ ý tưởng, nhưng cần lập tức hành động thì mới có khả năng thành công.

Nghĩ đến là làm ngay Thành công của một người được quyết định bởi hành động của người đó, không có hành động sẽ không có kết quả, không có kết quả sẽ không có thành công.

Trong một buổi diễn giảng về thành công, vị giáo sư chủ trì hỏi học viên: "Ai muốn kiếm tiền, xin giơ tay".

Tất cả học viên đều giơ tay.

Giáo sư lại nói: "Ai muốn trở thành nhân vật hàng đầu, xin giơ tay?".

Tất cả học viên lại giơ tay.

Giáo sư lại hỏi: "Cho đến nay, ai đã thực hiện được, xin giơ tay?".

Lần này, không một học viên nào còn giơ tay nữa.

Giáo sư mỉm cười, hỏi cả lớp: "Các bạn muốn thành công bao lâu rồi?".

Học viên đồng thanh trả lời: "Một đời rồi ạ".

"Tại sao vẫn chưa thực hiện được?".

Có người trả lời rằng: "Chúng tôi chỉ nghĩ mà thôi".

"Đây chính là nguyên nhân các bạn chưa thể thành công". Giáo sư nói: "Các bạn đều có ý muốn thành công, nhưng các bạn lại không hành động, vậy sao có thể đạt đến thành công?".

Ngày trước, có một giáo sư học vấn uyên bác và một người mù chữ là hàng xóm của nhau. Mặc dù địa vị xã hội, trình độ kiến thức, tính cách của hai người hoàn toàn khác biệt, nhưng hai người có chung một mục tiêu: làm thế nào để nhanh chóng trở nên giàu có.

Hàng ngày, giáo sư đều ra sức giảng giải về con đường làm giàu của mình, người mù chữ ngồi bên cạnh chăm chú lắng nghe, ông vô cùng khâm phục học vấn và trí tuệ của giáo sư và bắt đầu muốn thực hiện theo con đường làm giàu của giáo sư.

Một vài năm sau, người mù chữ trở thành triệu phú, còn giáo sư vẫn say sưa giảng về thuyết làm giàu của mình.

Sáng kiến hay đến đâu, ý tưởng hay đến đâu, nếu không kịp thời hành động thì sẽ không thể nhìn thấy kết quả, càng không thể nói đến giá trị thặng dư. Lý luận suông sẽ không mang lại tác dụng gì, vì thế, sau khi có ý tưởng hay, lập tức hành động mới là quan trọng nhất.

Việc gì cũng cần hành động ngay

Rất nhiều người căn bản không có khả năng hành động, vì thế họ luôn không thể thành công. Bởi vì ngay đến việc cần làm họ cũng không làm.

Có một truyện ngụ ngôn như sau: Có hai hòa thượng ở một vùng hẻo lánh của Tứ Xuyên, trong đó một người giàu, một người nghèo.

Một hôm, hòa thượng nghèo nói với hòa thượng giàu: "Tôi muốn đến biển Nam, bác thấy sao?".

Hòa thượng giàu nói: "Anh đi bằng gì?".

Hòa thượng nghèo trả lời: "Một bình nước, một bọc cơm là đủ rồi".

Hòa thượng giàu nói: "Bao nhiêu năm nay tôi đều muốn thuê một chiếc thuyền xuôi dòng Trường Giang, đến nay vẫn chưa làm được, anh dựa vào cái gì mà đòi đi?".

Năm sau, hòa thượng nghèo từ biển Nam trở về, kể cho hòa thượng giàu nghe chuyện vượt biển Nam, hòa thượng giàu cảm thấy vô cùng xấu hổ.

Câu chuyện hoà thượng nghèo, hòa thượng giàu đã chỉ rõ một đạo lý giản đơn: Nói một dặm không bằng làm một thước.

Nhà thơ Nga Ivan Andreyevich Krylov nói: "Hiện thực là bờ bên này, lý tưởng là bờ bên kia, hai bờ ngăn cách bởi dòng sông chảy xiết, hành động chính là cây cầu nối đôi bờ sông". Hành động mới cho kết quả. Hành động là điều kiện đảm bảo của thành công. Bất kỳ mục tiêu vĩ đại nào, kế hoạch to lớn nào, cuối cùng đều phải đi vào hành động thực tế.

Napoleon nói: "Có ý nghĩ đã thông minh, đưa ra kế hoạch hay càng thông minh, làm tốt mới là thông minh nhất".

Từng có người rất thành công, người khác hỏi anh ta: "Xin hỏi, tại sao anh thành công?".

Anh trả lời: "Hành động ngay lập tức!".

Người khác lại hỏi: "Xin hỏi, khi anh gặp trắc trở, anh sẽ xử lý ra sao?".

Anh trả lời: "Hành động ngay lập tức!".

Có người hỏi: "Lẽ nào anh không nản chí mỗi khi gặp khó khăn?".

Câu trả lời của anh vẫn là: "Hành động ngay lập tức!".

Người khác lại hỏi anh: "Anh có thể cho tôi biết bí quyết gì khác đưa tới thành công hay không?".

Anh vẫn trả lời: ""Hành động ngay lập tức!".

Đúng vậy, năm chữ "hành động ngay lập tức" đã giúp không ít người đi tới thành công.

Nếu bạn là một nhân viên bán hàng, ngày nào bạn cũng ngồi ở nhà, không tiếp xúc với khách hàng, thành tích bán hàng sao có thể tự tìm đến với bạn? Nếu bạn là một kỹ sư lập trình, ngày ngày chỉ nhìn máy tính ngẩn ngơ, không bắt tay vào làm, chắc chắn sẽ không thể có kết quả thu hoạch. Nếu bạn là một nhà doanh nghiệp, cả ngày chỉ ngồi ở văn phòng lên kế hoạch nọ, vạch kế hoạch kia

mà không thực hiện, không có hành động thực tế thì mục tiêu to lớn của bạn chỉ mãi là ảo ảnh.

Thành công thuộc về người muốn có thành công. Thành công có phương hướng và mục đích rõ ràng. Nếu bạn không muốn thành công, chẳng ai có thể bắt bạn phải hành động; bản thân bạn không hành động, ông trời hay thượng đế cũng không thể giúp bạn.

Một giáo sư đại học rất có tài muốn viết một cuốn tự truyện, đã tập trung nghiên cứu "câu chuyện của một nhân vật khiến mọi người bàn tán sôi nổi mấy chục năm trước". Chủ đề này vừa hấp dẫn vừa ít gặp, hơn nữa với kiến thức uyên bác và ngòi bút tài năng của giáo sư, kế hoạch này sẽ dễ dàng giúp ông đạt đến thành công, mang lại cho ông danh tiếng và tiền bạc. Giáo sư lập tức bắt tay hành động, dự định sẽ hoàn thành cuốn sách trong thời gian chừng nửa năm.

Tám giờ tối ngày đầu tiên ông đặt bút viết, đang chuẩn bị khai bút, ông bỗng nhiên nhớ ra 8 giờ 30 tối ti vi sẽ truyền hình trực tiếp một trận bóng đá kịch tính, thế là ông chẳng còn tâm trí nào để tập trung viết sách, liền buông bút đi xem đấu bóng, tự nhủ rằng, ngày mai viết vẫn được.

Tối ngày thứ hai, ông nhận được điện thoại của một người bạn cũ mời đi uống rượu, ông vốn định ở nhà viết sách nên do dự một hồi, nhưng lại nghĩ, bạn bè khó lắm mới có dịp gặp mặt hàn huyên, sách có thể để hôm sau viết vẫn chưa muộn, ông lại có lý do ra ngoài.

Tối thứ ba, do ngày hôm trước ông uống quá chén, lại về muộn, không nghỉ ngơi đủ nên đã đi ngủ sớm. Những ngày tiếp theo, nếu không phải là "hôm nay mệt quá, mai viết" thì sẽ là "hôm nay ngày nghỉ, phải thả lỏng một chút, mai viết".

Cứ như vậy ông mãi vẫn chưa thể ngồi vào bàn đặt bút viết, một năm sau, bạn ông hỏi sách viết đến đâu rồi, giáo sư trả lời vẫn chưa bắt đầu, dạo này hơi bận, đợi khi công việc bớt căng thẳng nhất định sẽ cho ra một cuốn sách thật hay.

Thói quen mới đáng sợ làm sao! Giáo sư cứ kéo dài hết ngày này qua ngày khác mà không hành động ngay, điều đó khiến ông mãi vẫn chưa thể có được tài sản và danh tiếng đáng được hưởng.

Cho dù bây giờ bạn quyết định làm việc gì, cho dù bạn đặt ra bao nhiêu mục tiêu, bạn nhất định phải hành động ngay. Làm ngay bây giờ, làm ngay lập tức là phẩm chất cần có của tất cả những ai thành công.

Bill Gates nói: "Chúng ta đều có đủ thời gian, chỉ là cần tận dụng tốt, tận dụng một cách hiệu quả. Một người nếu không thể sử dụng thời gian hợp lý, hiệu quả, sẽ bị thời gian bắt làm tù binh, trở thành nô lệ của thời gian, cuối cùng chẳng thể làm nên sự nghiệp".

Có thể bạn chưa giàu có như Bill Gates, nhưng thời gian của bạn cũng nhiều như của ông. Đối với bất kỳ ai, thời gian đều công bằng, quan trọng là bạn có thể sử dụng thời gian một cách khoa học, hợp lý, hữu hiệu hay không.

Cùng một thời gian làm việc, cùng một khối lượng công việc, tại sao một số người không những luôn hoàn thành sớm hơn, nhanh hơn, mà còn hoàn thành tốt hơn một số người khác. Sự khác biệt mấu chốt ở đây chính là khả năng tận dụng thời gian hợp lý, khoa học. Người biết tận dụng thời gian sẽ có hiệu quả công việc cao và còn có thể nhanh chóng giải quyết vấn đề.

Chuyên gia nổi tiếng thế giới đương đại Mỹ - Markle nói: "Bạn hãy quan sát xung quanh, nhìn xem tốc độ ảnh hưởng như thế nào đến thành bại của một con người rồi bạn sẽ thấy, người thắng

luôn là những người giỏi tận dụng thời gian nhất và đề cao hiệu suất nhất".

Làm một nhân viên có quan niệm thời gian

Bạn không khó phát hiện, bên cạnh mình, thường xuyên có người đến muộn, về sớm hoặc không thể hoàn thành nhiệm vụ đúng thời hạn, họ thường xuyên bị cấp trên phê bình, thậm chí sa thải. Trong số những người đó, không thiếu những nhân tài có năng lực xuất chúng, nhưng vì quan niệm thời gian không đúng nên họ thường xuyên rơi vào hoàn cảnh bất lợi.

Một nhân viên nếu muốn nổi bật trong công việc, nhất thiết cần có quan niệm thời gian, cần nghiêm túc lên kế hoạch từng ngày, hoàn thành từng việc đúng thời hạn, đây chính là con đường mỗi nhân viên bắt buộc phải đi qua trước khi đến với thành công. Nếu bạn không có quan niệm thời gian, không thể tận dụng và quản lý thời gian một cách có hiệu quả, vậy thì bạn rất khó có thể làm tốt từng công việc, càng chẳng thể nói đến việc thăng chức tăng lương trong công ty.

Một người biết trân trọng thời gian, không bỏ lỡ từng phút từng giây sẽ có thể đạt đến thành công lớn trong sự nghiệp. Hoàng đế Napoleon từng nói rằng, sở dĩ ông có thể đánh bại quân Áo là vì quân Áo không hiểu được giá trị của "5 phút".

Người có quan niệm thời gian, hoàn thành công việc đúng thời hạn sẽ không lãng phí thời gian vàng ngọc của mình cũng như của người khác, vì thế mục tiêu của họ càng dễ thực hiện được.

Một lần, Hoàng đế Napoleon mời tướng sỹ của mình dùng tiệc, vì các tướng lĩnh không thể đến đúng giờ, ông đành tự mình ăn trước. Khi các tướng lĩnh thong dong đến, Napoleon đã ăn xong và chuẩn bị rời đi. Napoleon nói với các tướng lĩnh: "Các vị tướng quân, thời gian dùng tiệc đã qua rồi, bây giờ chúng ta phải bắt tay vào làm việc ngay thôi".

Trong công việc, có rất nhiều người do quan niệm thời gian kém, không hoàn thành công việc đúng thời hạn nên đã tuột mất rất nhiều cơ hội tạo dựng thành công sự nghiệp".

Lý Bình là một nhân viên của công ty quảng cáo, hàng ngày đều vất vả ở bên ngoài mời gọi quảng cáo. Một lần, sau nhiều lần nài nỉ, thậm chí cầu khẩn của cô, giám đốc một công ty kỹ thuật cao đồng ý hẹn gặp cô vào lúc 10 giờ sáng ngày thứ 2 tại văn phòng làm việc để bàn về kế hoạch hợp tác quảng cáo.

Thứ hai, Lý Bình đến gặp giám đốc nọ muộn hơn 20 phút so với giờ hẹn. Khi Lý Bình đến văn phòng, giám đốc đã không còn ở đó chờ cô. Lý Bình nổi giận, cho rằng giám đốc không giữ chữ tín, đã lừa dối cô.

Vài ngày sau, Lý Bình ngẫu nhiên gặp lại vị giám đốc ở ngoài. Giám đốc hỏi cô tại sao hôm đó không đến đúng giờ hẹn.

Lý Bình vẫn trả lời một cách hùng hồn, đầy tự tin: "Thưa ông, tôi đến lúc 10 giờ 20 phút".

Giám đốc lập tức nhắc nhở cô: "Nhưng tôi hẹn cô lúc 10 giờ phải không?".

Lý Bình vẫn không chịu phục, trả lời bằng ngữ khí ngụy biện: "Đúng vậy, tôi biết, tôi chỉ muộn 20 phút, có gì nghiêm trọng đâu thưa ông? Ông nên đợi tôi một lát".

Giám đốc nói một cách nghiêm túc: "Sao lại không nghiêm trọng? Cô nên biết, đến hẹn đúng giờ là hành động vô cùng quan trọng. Cô không đến đúng giờ, cô đã mất đi hợp đồng quảng cáo mình muốn. Bởi vì ngay chiều hôm đó, công ty đã thương lượng với một công ty quảng cáo khác. Giờ đây tôi phải nói với cô, cô không thể cho rằng thời gian của tôi không đáng giá, cho rằng đợi 20 phút không có gì đáng kể. Nói thật với cô, trong thời gian 20 phút đó, tôi còn hẹn đàm phán hai dự án quan trọng nữa!"

Vì quan niệm thời gian kém, Lý Bình không thể hình thành thói quen làm việc đúng giờ, từ đó mất đi cơ hội tốt gần như đã nằm trong tầm tay.

Thời gian là tài sản quý báu nhất của con người, thời gian sẽ để lại hối hận và tiếc nuối cho những ai coi nhẹ nó, nhưng sẽ tặng muôn vàn cơ hội thành công cho những ai làm việc đúng giờ. Đối với người đi làm, điều này càng rõ ràng.

Một nhân viên thường xuyên đi muộn về sớm là người cực kỳ không tôn trọng công việc của bản thân. Kiểu nhân viên không có quan niệm thời gian này không những hiệu quả, thành tích công việc thấp, mà còn ảnh hưởng không tốt đến công ty. Trong thời gian hẹn với khách hàng, bạn đến muộn sẽ làm hỏng hình ảnh của toàn công ty, còn có khả năng gây ra tổn thất chung cho cả hai bên. Cứ mãi như thế, bạn có thể hoàn thành công việc hay không? Có thể gây dựng thành tích tốt trong công việc hay không?

Nếu bạn không muốn làm người không có thành quả gì mặc dù đã vật lộn trong công việc, nếu bạn muốn tạo dựng một sự nghiệp, bạn phải coi trọng thời gian, phải là người làm việc đúng giờ.

Tận dụng từng phút một cách hợp lý, có hiệu quả

Kết quả nghiên cứu điều tra của Học viện khoa học kỹ thuật Massachusetts Mỹ thực hiện đối với 3.000 giám đốc cho thấy, tất cả những giám đốc có thành tích vượt trội đều có thể sử dụng thời gian rất hợp lý, khiến thời gian tiêu hao lãng phí giảm xuống giới hạn thấp nhất.

Trong công việc, rất nhiều người suốt ngày "hễ mở mắt là bận đến tối mịt" nhưng vẫn cảm thấy thời gian gấp gáp, không đủ dùng. Họ cạn kiệt sức lực, đi về vội vội vàng vàng, nhưng lại chẳng bao giờ được như ý nguyện, thậm chí không thể hoàn thành công việc đúng thời hạn yêu cầu. Sở dĩ có hiện tượng như vậy, có thể không phải họ không cố gắng làm việc, mà do không nắm vững phương pháp tận dụng thời gian một cách khoa học, nâng cao hiệu suất làm việc. Muốn được ông chủ công ty trọng dụng, ngợi khen, muốn đạt được nhiều thành tựu hơn người khác, buộc phải học cách sử dụng thời gian hợp lý, hữu hiệu.

Người thành công sở dĩ thành công chính vì họ tuyệt đối không lãng phí thời gian, có thể vận dụng hữu hiệu thời gian để làm việc cần làm. Cách họ quản lý thời gian, tận dụng thời gian không có bí quyết gì lớn lao, chỉ là tuân thủ cách làm dưới đây, bạn cũng có thể làm được như họ.

- Phân biệt rõ ràng công việc nặng hay nhẹ, gấp gáp hay thư thái.

Nếu bạn muốn quản lý và tận dụng thời gian có hiệu quả, làm nên thành tích huy hoàng trong sự nghiệp, biện pháp có hiệu quả nhất chính là: Hình thành thói quen tổ chức và làm việc theo độ nặng nhẹ, gấp gáp hay thư thái của công việc.

Rất nhiều người đều biết, hai yếu tố để xác định một công việc có nên làm ngay hay không là thời gian gấp gáp và mức độ quan trọng. Công việc gấp thường dễ nhìn thấy, nó gây ra áp lực nhất định, bạn không áp dụng hành động ngay không được. Nó thường ở ngay trước mặt bạn, hơn nữa thường rất dễ hoàn thành, khiến con người vui tươi khi thực hiện, nhưng thường không quá quan trọng.

Tinh túy trong việc sử dụng thời gian hữu hiệu là: phân biệt rõ ràng nặng - nhẹ, gấp gáp - thư thái, đưa ra trình tự trước sau.

Giám đốc điều hành công ty gang thép Bethlehem Mỹ, Charles M. Schwab thỉnh giáo chuyên gia hiệu suất Ivy Lee về phương pháp "làm thế nào để chỉ đạo, thực hiện kế hoạch tốt hơn".

Ivy Lee có thể mang đến cho Charles M. Schwab một thứ trong vòng 10 phút, thứ này có thể nâng cao thành tích của công ty thêm 50%, sau đó ông truyền cho Charles M. Schwab một tờ giấy trắng, nói: "Mời ông viết lên đây 6 việc quan trọng nhất ông phải làm ngày mai".

Charles M. Schwab chỉ cần 5 phút đã liệt kê xong danh sách công việc. Ivy Lee tiếp tục nói: "Bây giờ mời ngày dùng con số thể hiện trình tự căn cứ theo mức độ quan trọng của từng công việc đối với ông và công ty của ông".

Charles M. Schwab lại mất thêm 5 phút. Ivy Lee nói: "Tốt. Mời ông để tờ giấy này vào trong túi, việc làm đầu tiên của ông sáng ngày mai là lấy tờ giấy này ra, thực hiện công việc ông cho là quan trọng nhất. Không cần nhìn các việc khác, chỉ việc quan trọng nhất. Bắt tay thực hiện công việc đầu tiên cho đến khi hoàn thành. Sau đó lần lượt làm công việc thứ 2, thứ 3 cũng một cách như thế, cho đến khi ông tan làm. Nếu chỉ hoàn thành công việc đầu tiên, không sao cả, ông vẫn đang thực hiện công việc quan trọng nhất".

Cuối cùng Ivy Lee nói: "Hàng ngày đều làm như vừa rồi, ông đã thấy đó, chỉ cần 10 phút thời gian, sau khi ông tin tưởng sâu sắc vào giá trị cách làm này, hãy khuyên mọi người trong công ty cũng làm như vậy. Thí nghiệm này ông muốn thử trong bao lâu cũng được, sau đó gửi chi phiếu cho tôi, ông cho rằng đáng giá bao nhiêu tiền thì trả tôi bấy nhiêu".

Một tháng sau, Charles M. Schwab gửi cho Ivy Lee một tờ chi phiếu trị giá 25 nghìn đô la Mỹ và một lá thư, trong thư có viết, đó là bài học có giá trị nhất trong đời ông.

5 năm sau, nhà máy gang thép khi xưa không ai biết đến tên tuổi đã trở thành nhà máy gang thép độc lập lớn nhất thế giới. Mọi người đều công nhận, không thể không nhắc đến công lao của Ivy Lee.

Con người có khuynh hướng không làm việc theo tuần tự mức độ quan trọng. Đại đa số con người thà chọn việc vui vẻ hoặc thuận tiện. Nhưng không có cách nào có thể tận dụng thời gian hữu hiệu hơn phương pháp làm việc theo tuần tự mức độ quan trọng.

Nếu bạn đã hình thành thói quen tổ chức và hành động theo mức độ nặng nhẹ, gấp gáp hay thư thái của công việc, bạn có thể phân loại chính xác công việc, phân phối thời gian hợp lý, làm việc cần làm nhất. Làm việc theo phương pháp này, bạn sẽ không cảm thấy mệt mỏi vì công việc bộn bề, còn có thể tốn ít thời gian mà vẫn nhanh chóng làm tốt công việc quan trọng.

- Quy hoạch trước sau, đề ra bảng tiến độ công việc Tin vào sổ ghi chép, không tin vào trí nhớ. Hình thành thói quen "tất cả mọi việc có kế hoạch trước sẽ thành công". Nếu bạn có thể đưa ra một bảng tiến độ công việc rõ ràng, bạn nhất định sẽ có quỹ thời gian thoải mái hoàn thành công việc được giao trong thời hạn quy định, không những làm việc hết trách nhiệm mà còn đảm bảo hiệu suất, kinh tế và hài hòa. Có thời hạn mới có cảm giác cấp bách, cũng mới có thể trân trọng thời gian. Đặt giới hạn là tiêu chí quan trọng để quản lý thời gian.

- Giỏi tận dụng thời gian vụn

Giữa các công việc trong ngày thường có rất nhiều khoảng thời gian vụn, ví như khi khách hàng quan trọng còn chưa đến, bạn chỉ có thể chờ đợi; đi lấy một bảng biểu quan trọng, do đối phương không thể hoàn thành đúng thời gian quy ước, bạn chỉ có thể chờ đợi; cấp trên hẹn gặp bạn, chưa đến giờ hẹn, bạn lại chờ đợi... Không nên lãng phí những khoảng thời gian ngắn ngủi đó.

Một nhân viên công ty bảo hiểm, hàng ngày đều lái xe đi bán bảo hiểm, anh rất chú ý và cũng rất giỏi sử dụng thời gian trống, dù khi đang đợi đèn đỏ hay lúc tắc đường, anh đều lấy hồ sơ khách hàng ra xem để có ấn tượng sâu sắc hơn. Một trợ lý giám đốc điều hành tên là Anne cũng vậy, cô luôn đặt một con dao rọc giấy trong xe, mỗi khi lái xe đều mang theo một chồng thư, mở thư xem mỗi dịp chờ đèn đỏ. Anne nói, dù sao đi nữa, 15% thư là thư rác, hơn nữa trước khi cô đến công ty, thư đã được phân loại xong, vì thế vừa đến công ty đã có thể vứt hết đống thư rác.

Lâm Ngọc là một giám đốc nghiệp vụ của công ty tư vấn, mỗi năm đón nhận khoảng 130 hồ sơ, rất nhiều thời gian của cô là ở trên máy bay. Lâm Ngọc tin rằng duy trì quan hệ tốt đẹp với khách hàng là vô cùng quan trọng, vì thế cô thường xuyên tận dụng thời gian trên máy bay viết thư ngắn

hỏi thăm khách hàng. Một lần, một khách du lịch cùng chuyến bay trong khi đợi lấy hành lý đã bắt chuyện với cô: "Lúc trên máy bay, tôi đã chú ý cô rất lâu, trong 2 tiếng 48 phút, cô luôn tay viết thư, tôi dám chắc rằng ông chủ rất tự hào về cô". Lâm Ngọc cười nói: "Chẳng qua tôi không muốn lãng phí thời gian nên tận dụng thời gian một cách có hiệu quả mà thôi".

- Không kéo dài thời gian.

Kéo dài thời gian là bệnh phổ biến, cũng là bệnh nặng của con người, bởi vì nó cũng kéo tuột cơ hội thành công của bạn. Không nên coi kéo dài thời gian chỉ là việc nán lại thêm chút ít, đôi khi một nhà doanh nghiệp vì không thể kịp thời đưa ra quyết định mang tính mấu chốt mà để lỡ thời cơ tốt nhất và phải chịu thất bại thảm hại; một người bệnh kéo dài thời gian khám chữa sẽ có thể gây ra hậu quả không thể lường trước. Kéo dài thời gian, thói quen xấu tưởng chừng không ảnh hưởng gì lớn đến tình hình chung, thực ra lại là một đòn đánh nguy hiểm có thể phá tan hoài bão của bạn.

Trong công việc hiện đại, người có ý nghĩ: "Hôm nay thực sự quá mệt mỏi rồi, ngày mai hãy làm!" quá nhiều. Họ không hay biết rằng, ngày mai còn có công việc mới của ngày mai, vì thế nếu cứ tích lũy lại, công việc sẽ ngày càng nhiều.

Một số người đi làm có một tác phong làm việc rất không hay là lề mề, đáng lẽ một công việc có thể xử lý và hoàn thành ngay tức khắc, lại lần lữa mấy ngày, mấy tuần không làm, công việc đáng lẽ có thể hoàn thành trong mấy ngày lại kéo dài tận mấy tháng. Có người còn có ý thức "đá bóng" trong công việc cần giải quyết, anh đá sang tôi, tôi đá sang anh, dẫn đến hiệu suất công việc cực thấp.

Việt Nam có câu ngạn ngữ: "Việc hôm nay chớ để ngày mai". Người đi làm cần hình thành tác phong làm việc khẩn trương, không nên ỷ lại vào ngày mai. Franklin nói: "Nắm chắc hôm nay đồng nghĩa là có hai lần ngày mai". Vì thế nên cố gắng làm việc với ý nghĩ thường trực "phải đảm bảo hoàn thành công việc trong hôm nay, không thể lười biếng". Goethe nói: "Nắm chắc được khoảnh khắc hiện tại, bắt tay ngay vào công việc hoặc lý tưởng bạn muốn thực hiện. Chỉ những người dũng cảm mới toát ra tài năng, năng lực và sức hấp dẫn. Vì thế chỉ cần bạn làm tiếp, trong quá trình làm việc, lòng nhiệt tình sẽ ngày càng tăng. Không lâu sau, công việc sẽ có thể hoàn thành thuận lợi".

Từng có một nhân viên nhận được cảnh cáo của ông chủ vào dịp cuối năm: "Mong rằng từ năm sau anh có thể làm việc nghiêm túc hơn". Nhưng người làm thuê đó lại trả lời: "Không! Tôi sẽ làm việc nghiêm túc hơn ngay từ hôm nay". Bạn cũng cần có tinh thần "bắt đầu ngay hôm nay" như vậy.

Nhân viên lề mề, kéo dài công việc là người nhân viên không đủ tư cách. Giả sử bạn cần gọi điện thoại cho khách hàng, nhưng do thói quen dây dưa, bạn chưa gọi. Công việc của bạn có khả năng sẽ xôi hỏng bỏng không chỉ vì không gọi cú điện thoại đó, công ty của bạn cũng có khả năng phải gánh tổn thất chỉ vì việc này.

Để đi làm đúng giờ, bạn đặt đồng hồ 7 giờ sáng, tuy nhiên khi đồng hồ kêu, bạn vẫn muốn ngủ thêm, liền tiện tay tắt đồng hồ và trở lại giường ngủ. Lâu dần, bạn hình thành thói quen không dậy đúng giờ, không đi làm đúng giờ.

Kéo dài thời gian là một thói quen xấu, cách giải quyết duy nhất là: không lề mề, bắt đầu ngay từ bây giờ!

Ai coi trọng thời gian, thời gian sẽ báo đáp người đó; ai biết tận dụng thời gian, thời gian sẽ phục vụ người đó tận tình.

Người thành công trong sự nghiệp là người biết tận dụng từng phút một cách có hiệu quả, trân trọng từng giây, từng khoảnh khắc, làm cho mỗi phút đều trở nên có giá trị, người như vậy là người

có hiệu suất làm việc cao, cũng là người ông chủ coi trọng nhất ngày nay, họ mới là nhân vật cốt lõi "tung hoành" ngang dọc trên "chiến trường" việc làm.

Đối với nhân viên Microsoft, Bill Gates luôn hối thúc họ làm việc, yêu cầu về thời gian cũng vô cùng nghiêm ngặt. Bill Gates cảnh báo nhân viên của mình rằng: "Nay là thời đại của mạng Internet, không phải là thời đại cá lớn nuốt cá bé mà là cá nhanh ăn cá chậm. Nhanh hơn so với người khác mới mong giành phần thắng trong cuộc cạnh tranh". Bill Gates là người chạy đua cùng thời gian, làm bất cứ việc gì đều nhấn mạnh tốc độ.

Trong một lần đi thăm khu sản xuất máy tính tại Thung lũng điện tử Silicon, ông nhận được ba biên lai nộp phạt vì chạy xe quá tốc độ của cảnh sát, trong đó có hai biên lai do cùng một cảnh sát xử lý. Ông lái xe quá nhanh mỗi lần đi đi về về.

Trong thời đại thiên biến vạn hóa chỉ trong tích tắc như hôm nay, cạnh tranh chính là cạnh tranh thời gian, nhanh chính là cơ hội, là hiệu suất. Bất kỳ sự đi trước dẫn đầu nào đều là đi trước dẫn đầu về thời gian.

Nhà doanh nghiệp nổi tiếng Nhật Bản Akio Morita nói: "Chúng ta chậm, không phải vì chúng ta không nhanh, mà vì đối thủ nhanh hơn chúng ta. Nếu mỗi ngày bạn chậm hơn người khác nửa bước, nửa năm sau sẽ là 183 bước, 10 năm sau sẽ là 18 nghìn dặm". Chạy đua với thời gian, chạy nhanh hơn so với người khác mới có cơ hội giành chiến thắng.

Để sinh tồn trong công việc hiện đại, dù bạn xuất sắc đến đâu, nếu không biết quản lý thời gian, không tiết kiệm từng giây từng phút, bạn không thể nhanh hơn người khác và có khả năng bị đối thủ đánh bại một cách không thương tình, bị đối thủ nhanh hơn bạn "nuốt chửng".

Trong một công ty, dù bạn đã có một phương án kế hoạch xuất sắc, một thiết kế công trình hoàn mỹ, nếu bạn chỉ chậm hơn người khác nửa phút, nếu bạn lạc hậu hơn người khác, bạn cũng sẽ mất đi ý nghĩa hoặc bị đào thải.

Vicente là một nhân viên kế hoạch vô cùng xuất sắc, một lần anh và đối thủ cạnh tranh cùng tham gia dự thầu của một công ty lớn. Thông qua khối lượng lớn tài liệu thu thập được cộng với sách lược tỉ mỉ, công phu, họ gần như hoàn thành kế hoạch đấu thầu cùng một lúc. Trong ngày đấu thầu, đang trên đường đến công ty lớn, xe ô-tô bỗng nhiên gặp sự cố, vì thế anh đến hội trường đấu thầu muộn gần 1 tiếng đồng hồ. Trong 1 tiếng ngắn ngủi này, thiết kế mới lạ cùng kế hoạch lâu dài với phần diễn thuyết hùng hồn, súc tích của đối thủ đã cuốn hút nhân viên quyết sách của công ty lớn, lãnh đạo công ty lớn quyết định sử dụng phương án do đối thủ của Vicente lập ra.

Trên thực tế, phương án của Vicente không thua kém bất cứ mặt nào so với đối thủ, nhưng vì muộn 1 tiếng đồng hồ mà mất đi cơ hội cạnh tranh, làm cho kế hoạch anh dày công chuẩn bị tan vỡ trong tích tắc.

Trong công việc hiện đại, có một câu chuyện ngụ ngôn quen thuộc nói rõ nguyên tắc "nhanh" nuốt "chậm".

Trên cánh đồng cỏ mênh mông nơi châu Phi xa xôi, ánh sáng bình minh vừa vén màn đêm tĩnh mịch, một chú linh dương đột nhiên tỉnh giấc.

Cùng lúc đó, một con sư tử cũng vươn mình tỉnh dậy.

"Chạy mau", linh dương nghĩ, "nếu chậm chân, có khả năng sẽ bị sư tử ăn thịt". Thế là nó co

cẳng phi nhanh về hướng mặt trời.

“Chạy mau”, sư tử nghĩ, “nếu chậm chân, không bắt được linh dương sẽ đói mà chết”. Thế là sư tử cũng lao về hướng mặt trời.

Ai nhanh người đó thắng, ai nhanh người đó tồn tại, đây là nguyên tắc sinh tồn của thế giới tự nhiên, cũng là của xã hội hiện đại, công việc hiện đại.

Năm xưa, khi Bell phát minh điện thoại, còn có một người tên là Gray cũng tiến hành công việc này. Hai người họ gần như có được tiến triển mang tính đột phá vào cùng một thời điểm, điều khiến con người không thể tưởng tượng là Gray đến Cục bản quyền muộn hơn Bell chỉ 2 tiếng đồng hồ. Đương nhiên, hai người họ không biết nhau, nhưng Bell đã nổi tiếng chính nhờ 120 phút thời gian, đi kèm với danh tiếng vang vọng khắp thế giới, ông còn thu được tài sản khổng lồ.

Trong cuộc cạnh tranh khoa học kỹ thuật, sự khác biệt giữa quán quân và á quân đôi khi nhỏ đến mức mắt thường không thể nhận biết. Ví như chạy ngắn, người cán đích đầu tiên và thứ hai có thể chỉ cách nhau 0,01 giây; hay như đua ngựa, con ngựa về nhất và về nhì chỉ cách nhau một khoảng mấy cm bằng nửa chiếc mũi ngựa mà thôi. Nhưng danh dự và tài sản quán quân và á quân đạt được lại khác nhau một trời một vực.

Toàn thế giới chỉ dồn ánh mắt tập trung vào người về nhất, quán quân mới là người thực sự thành công.

Trong công việc, bạn làm nhanh hơn, tốt hơn người khác, bạn sẽ chiến thắng. Trong xã hội tương lai, ai có thể tận dụng thời gian nhanh hơn người khác, trong cùng một thời gian, hoàn thành nhiều công việc hơn người khác, thu thập nhiều thông tin hơn người khác, nhanh hơn người khác, người đó sẽ là người chiến thắng trong sự nghiệp.

Bill Gates nói: “Suy nghĩ còn cần kết hợp với thực tiễn. Nhân viên xuất sắc biết tận dụng thời gian hợp lý, hiệu quả cao và đề xuất cho công ty kiến nghị hợp lý hóa”.

Công ty phần mềm hoan nghênh nhân viên đưa ra kiến nghị hợp lý hóa. Microsoft có hệ thống hòm thư điện tử cực kỳ phát triển, mỗi nhân viên đều có hòm thư điện tử của riêng mình và biết số hiệu hòm thư của đồng nghiệp, từ lãnh đạo cấp trên bao gồm cả Bill Gates đến nhân viên cấp dưới, ai cũng như ai. Chỉ cần bạn muốn, bất kỳ lúc nào, bất kỳ ở đâu, không cần qua thư ký sắp xếp, bạn đều có thể liên lạc, trao đổi với nhân viên bộ phận bất kỳ, bao gồm cả Bill Gates. Hệ thống hòm thư này khiến nhân viên được tận hưởng bầu không khí dân chủ thực sự. Hệ thống thư điện tử là cách giao lưu nhanh nhất, tiện ích nhất, trực tiếp nhất và tôn trọng mọi người nhất. Ngoài nhiệm vụ là cầu nối giao lưu giữa nhân viên và đồng nghiệp, hòm thư điện tử còn truyền dẫn thông tin, bố trí phân công nhiệm vụ, quan trọng nhất là công nhân viên có thể sử dụng nó để trình bày ý kiến, kiến nghị với lãnh đạo cao nhất công ty.

Một lần, để được nghỉ ngơi nhiều hơn, một nhân viên đã tận dụng hòm thư điện tử để đưa ra kiến nghị với Giám đốc điều hành Tạ Lợi: Công ty đã đạt được thành công lớn trong kinh doanh, tại sao nhân viên không thể nghỉ phép lâu hơn một chút? Tại sao không gộp các kỳ nghỉ ngắn lại để mọi người có một kỳ nghỉ dài liên tục?... Nhân viên cũng tới tấp dùng thư điện tử trình bày các kiểu yêu cầu “phúc lợi” và kiến nghị hợp lý hóa cho lãnh đạo cấp trên.

Doanh nghiệp hiện đại đều xây dựng chế độ “giải thưởng kiến nghị”. Ở công ty IBM, chỉ cần đưa ra kiến nghị hay thì sẽ có thù lao báo đáp, cho dù kiến nghị của bạn chỉ nhỏ như hạt đậu, bạn cũng có thể được thưởng. Ý kiến thay đổi cách bố trí văn phòng cũng không phải trường hợp ngoại

lệ.

Katya là nhân viên đồ họa của công ty IBM, để tìm dữ liệu, hàng ngày Katya đều phải chạy đi chạy lại phòng hồ sơ nhiều lần. Một lần, Katya ngắm nhìn văn phòng, bỗng nhiên nghĩ rằng có thể điều chỉnh một chút vị trí đồ đạc trong phòng làm việc, đẩy chúng lại gần nhau hơn, như vậy sẽ có một khoảng không gian trống, có thể kê giá sách đựng tài liệu.

Katya trình bày ý tưởng này với cấp trên, cấp trên thấy đây là một kiến nghị rất hợp lý, liền áp dụng ngay. Sau này, đồng nghiệp trong phòng Katya cũng không phải chạy đi chạy lại phòng hồ sơ nữa, tư liệu đã được để ngăn nắp trên giá sách, vừa tiết kiệm thời gian, vừa tiết kiệm sức lực, hiệu quả "song toàn".

Kiến nghị "thay đổi bố cục sắp xếp phòng làm việc" của Katya trở thành một sáng tạo, căn cứ tiêu chuẩn giải thưởng phát minh, sáng tạo, Katya hàng năm được nhận mức tiền thưởng bằng 25% lương cơ bản.

Chỉ cẩn thận không đủ trong thời đại này, nhất định còn cần có ý thức vượt lên phía trước, có kiến nghị hay vượt cả kỳ vọng của ông chủ. Điều này đòi hỏi nhân viên phải vắt óc suy nghĩ, sáng tạo một số điều ngoài sức tưởng tượng. Đây cũng là điểm khác biệt giữa một nhân tài xuất sắc và một người bình thường. Có ý tưởng hay, chỉ dừng lại ở lời nói, không thực thi, doanh nghiệp sẽ không dành sự quan tâm đặc biệt cho bạn.

Doanh nghiệp cần có những nhân viên coi công ty là nhà, quan tâm tới sự phát triển của doanh nghiệp từng giờ từng phút, tham gia quản lý và đưa ra nhiều kiến nghị hợp lý hóa.

Tổng giám đốc một doanh nghiệp lớn cho rằng: Nhân viên xuất sắc cần giỏi đưa ra kiến nghị. Điều kiện tiền đề trước khi đưa ra kiến nghị là làm tốt công việc trong bổn phận chức trách của mình. Chỉ khi làm tốt công việc thuộc bổn phận, chức trách thì mới có thể đưa ra kiến nghị hợp lý. Thử nghĩ xem, một người không quan tâm gì đến doanh nghiệp, tập thể, liệu anh ta có thể đưa ra kiến nghị gì hợp lý? Đánh giá một nhân viên xuất sắc hay không, cần xem anh ta có đưa ra kiến nghị có giá trị đối với công ty hay không, từ một góc độ nhất định, việc này cũng phản ánh độ trung thành của một nhân viên đối với doanh nghiệp.

Lâm Tử là thư ký của một công ty. Công việc của cô là chỉnh lý, biên tập, in ấn một số tài liệu. Rất nhiều người cho rằng công việc như vậy thật đơn điệu, tẻ nhạt. Nhưng Lâm Tử lại cảm thấy công việc của mình rất thú vị.

Cả ngày Lâm Tử chỉ làm những công việc như vậy, làm một thời gian đã khá lâu, cô phát hiện còn tồn tại rất nhiều vấn đề bất cập trong các văn bản của công ty, thậm chí một số mặt trong công tác vận hành kinh doanh của công ty cũng tồn tại vấn đề cần giải quyết. Thế nên, hàng ngày, ngoài những công việc phải làm, Lâm Tử còn cẩn thận thu thập một số tài liệu, thậm chí là tư liệu trong quá khứ, cô chỉnh lý, phân loại những tài liệu đó, sau đó tiến hành phân tích và viết ra kiến nghị. Vì việc này, cô còn tìm đọc rất nhiều sách liên quan đến kinh doanh. Ban đầu, ông chủ không mấy chú ý, một dịp ngẫu nhiên, ông chủ đọc được một bản kiến nghị của Lâm Tử. Bản kiến nghị này khiến ông chủ vô cùng ngạc nhiên, một thư ký trẻ như vậy lại có suy nghĩ lô-gic, tỉ mỉ đến thế, hơn nữa phân tích của cô tường tận đến từng góc cạnh. Sau này, rất nhiều kiến nghị của Lâm Tử được áp dụng.

Ông chủ rất hài lòng, ông cho rằng có nhân viên như Lâm Tử là niềm tự hào của ông. Dĩ nhiên, Lâm Tử cũng được ông chủ giao nhiều trọng trách quan trọng hơn.

Chủ động đề đạt kiến nghị hợp lý với công ty, với ông chủ là trách nhiệm nên làm của một nhân viên. Nhưng có một số nhân viên vì sợ sai sót mà giữ im lặng, không phải họ không nghĩ ra ý kiến hay, mà là cảm thấy sự việc chẳng liên quan đến bản thân, không muốn nói, cũng chẳng buồn động tay. Thái độ làm việc như vậy không những vùi dập tài năng bản thân, làm mất đi cơ hội cạnh tranh vươn lên mà còn có thể khiến cho công ty tuột mất "ngọc quý", thật đáng tiếc biết bao!

Một nhân viên xuất sắc cần chủ động đề đạt kiến nghị, chỉ cần kiến nghị nghiêm túc, có thể giúp đỡ công ty, bạn hãy mạnh dạn đề đạt! Cho dù kiến nghị của bản thân bị phủ quyết, cũng không nên buồn bực trong lòng, đây mới là cách làm hay để có được lòng tin của ông chủ. Bởi vì khi chủ động kiến nghị thì bạn đã đứng từ góc nhìn của ông chủ, nghĩ thay cho công ty. Cần tin rằng, kiến nghị hợp lý hóa của bạn có thể khiến cho vị trí, giá trị của bạn trong mắt ông chủ tăng cao như thủy triều đẩy thuyền lên. Ông chủ sẽ cho rằng, bạn là một nhân viên có thể đưa ra kiến nghị hay, hơn nữa cũng cho rằng, bạn là một người lạc quan, luôn giữ tâm trạng thoải mái, bất luận thành bại.

NGUYÊN TẮC THỨ X

NHỮNG PHẨM CHẤT MỘT NHÂN VIÊN CẦN CÓ

Những phẩm chất như thành thật, giữ chữ tín, chịu khó chịu khổ v.v... đều rất quan trọng.

1. TRUNG THÀNH

Trong một điều tra đối với các nhà doanh nghiệp nổi tiếng thế giới, khi được hỏi: “Ông cho rằng nhân viên nên có phẩm chất gì?”, họ dường như đều đồng loạt chọn “trung thành”.

Ở nguyên tắc thứ 10 của nhân viên xuất sắc, Bill Gates xếp trung thành ở vị trí đầu tiên trong những phẩm chất cần có. Công ty Microsoft cực kỳ coi trọng độ trung thành của nhân viên. Nhân viên Microsoft có ý thức về sứ mệnh sâu sắc, độ trung thành cực cao. Số liệu cho thấy, tỉ lệ lưu động nhân tài của Microsoft thấp nhất ngành công nghiệp công nghệ thông tin, đây là minh chứng rõ ràng nhất cho thấy họ trung thành với công ty.

Sự phát triển, lớn mạnh của bất kỳ một doanh nghiệp nào đều nhờ vào sự trung thành của nhân viên. Chỉ khi toàn bộ nhân viên trung thành với công ty, mới có thể phát huy sức mạnh tập thể, mới có thể bện thành một sợi dây, thúc đẩy doanh nghiệp đi tới thành công. Tương tự, nếu bạn trung thành với công ty và công việc, có thể lấy được lòng tin của ông chủ, sau đó ông chủ mới giao cho bạn trọng trách cùng cơ hội tăng chức. Trong quá trình tiến lên từng bước này, bạn cần không ngừng nâng cao năng lực bản thân, phấn đấu đạt đến bến bờ thành công.

Không nên phản bội công ty

Là một nhân viên của công ty, cần giữ bí mật của công ty và ông chủ, không nên phản bội công ty, phản bội ông chủ. Nếu chỉ vì lợi ích cá nhân mà không tiếc hy sinh lợi ích của công ty, thì kết quả sẽ là, cùng lúc bạn phản bội công ty, bạn cũng phản bội chính mình.

Lê Hoa là Giám đốc kỹ thuật của một công ty lớn, biết ăn nói, làm việc quyết đoán, có sức hấp dẫn, ông chủ rất coi trọng anh. Một ngày, một thương nhân Hồng Công mời anh đi uống rượu, rượu vào lời ra, thương nhân Hồng Công nói với Lê Hoa một cách nghiêm túc: “Người anh em, tôi muốn nhờ chú giúp một việc”.

“Giúp việc gì?”, Lê Hoa ngạc nhiên hỏi lại.

Thương nhân Hồng Công nói: “Dạo này tôi và công ty các chú đang thương lượng một dự án hợp tác. Nếu chú có thể cung cấp cho tôi một phần tài liệu kỹ thuật có liên quan, sẽ giúp tôi chiếm vị thế chủ động trong đàm phán”.

“Cái gì? Anh bảo tôi tiết lộ bí mật của công ty?”, Lê Hoa nhíu mày hỏi.

Thương nhân Hồng Công hạ giọng nói: “Chú giúp tôi, tôi sẽ không để chú thiệt. Nếu thành công, tôi xin biếu chú 150 nghìn Nhân dân tệ. Hơn nữa, việc này chỉ có trời biết, đất biết, chú biết, tôi biết, chẳng thể ảnh hưởng đến chú”. Nói dứt lời, thương nhân Hồng Công liền đưa ngay tấm chi phiếu trị giá 150 nghìn Nhân dân tệ cho Lê Hoa, Lê Hoa đã động lòng.

Trong buổi đàm phán, công ty của Lê Hoa tổn thất nặng nề. Sau sự việc, công ty điều tra rõ chân tướng, liền sa thải Lê Hoa. 150 nghìn Nhân dân tệ cũng bị công ty thu hồi nhằm bồi thường một phần tổn thất.

Phản bội công ty cũng là phản bội chính mình, bạn sẽ cõng trên lưng vết nhơ cả đời không bao giờ rửa sạch, còn có người dám tuyển dụng bạn sao? Không! Sự nghiệp của bạn cũng vì thế mà phủ dày mây đen.

Là một nhân viên, đừng quên vai trò của bản thân, bạn cần phấn đấu vì lợi ích của công ty chứ không thể vì bản thân mà làm phương hại đến lợi ích chung của công ty. Trung thành với công ty, vượt qua thử thách đầy mê hoặc mới có thể khiến người khác cảm nhận được sức mạnh nhân cách của bạn.

Một doanh nghiệp vốn nước ngoài cần tuyển một nhân viên kỹ thuật, lương tháng 5000 Nhân dân tệ, thí sinh lũ lượt đến báo danh.

Ngụy Thành là nhân viên kỹ thuật của một công ty, phải nghỉ việc do hiệu quả kinh tế của đơn vị sụt giảm, anh cũng tham gia dự thi. Đối mặt với đề thi, anh không hề lo lắng, câu hỏi ngoại ngữ, kỹ thuật chuyên ngành đều được trả lời rất đầy đủ. Chỉ có hai câu hỏi lạ ở trang thứ hai khiến anh đau đầu: “Bí quyết kinh doanh thành công của doanh nghiệp bạn từng làm, từng nhậm chức là gì? Bí mật kỹ thuật là gì?”.

Đối với người từng phụ trách kỹ thuật của doanh nghiệp, câu hỏi này không khó. Nhưng cây bút trong tay Ngụy Thành cứ mãi hướng lên trên, quay đi quay lại, không thể chạm giấy. Đạo đức nghề nghiệp lâu năm đang gò bó anh: hàng trăm công nhân trong nhà máy vẫn đang tranh đấu, bản thân mình sao có thể đánh cắp “cần câu cơm” của họ chỉ vì bát cơm của mình?

Anh viết lên giấy thi bốn chữ lớn: “Không thể bật mí!”. Ngụy Thành trở về nhà với bước chân nặng nề như đang đeo gông cùm, sau khi vào nhà, vợ cứ theo hỏi, anh mới kể ra nỗi khổ trong lòng, cả nhà đều im lặng.

Đúng lúc Ngụy Thành đang ngày đêm bôn ba tìm việc làm khác thì doanh nghiệp vốn nước ngoài gửi đến thông báo trúng tuyển.

Một nhân viên dù tài hoa xuất chúng nhưng không trung thành cũng không thể thành công. Bởi vì họ không bao giờ có được lòng tin của ông chủ, bất kỳ ai cũng đều không thích người như vậy. Trung thành với công ty, trung thành với ông chủ, cũng là trung thành với bản thân; phản bội công ty, phản bội ông chủ, cũng là phản bội chính mình.

Nghịch cảnh thử thách lòng trung thành của một con người

Trung thành là một cảm giác thuộc về mạnh mẽ, một người không những ý thức được bản thân thuộc về công ty này mà còn tự cho rằng phải làm gì đó cho doanh nghiệp.

“Gió to biết cỏ dại, nước sôi lửa bỏng biết trung gian”, nghịch cảnh là cơ hội tốt nhất thử thách lòng trung thành của một con người. Khi công ty rơi vào tình cảnh khốn khó, bạn nên kiên trì trên cương vị để giúp ông chủ chia sẻ lo toan, gánh nặng, đó mới là biểu hiện chân thành rõ ràng nhất.

Một công ty du lịch tương đối phát triển bị đối thủ cạnh tranh giành mất phần lớn thị trường. Khi mùa du lịch đến, không một khách hàng nào năm xưa còn tìm đến hãng nữa. Hãng du lịch rơi vào khủng hoảng khó khăn nhất từ trước tới nay.

Ông chủ cảm thấy có lỗi với nhân viên công ty. Ông nói: “Vốn lưu động của công ty gặp khó khăn, nếu nay có người muốn từ chức, tôi lập tức phê chuẩn, đến hôm nay tôi đã không còn lý do gì để níu giữ các bạn nữa. Phát cho các bạn hai tháng lương, trước khi các bạn tìm được công việc mới, số tiền còn lại có thể vẫn đủ dùng”.

“Ông chủ, tôi không bỏ công ty, tôi không thể rời đi lúc này”. Một nhân viên nói.

“Ông chủ, chúng ta nhất định sẽ chiến thắng khó khăn”. Một nhân viên khác nói.

“Đúng vậy, chúng tôi sẽ không bỏ công ty”. Rất nhiều nhân viên đều đồng thanh.

Hãng du lịch này không phá sản, thậm chí còn làm tốt hơn trước đây.

Ông chủ nói: “Tất cả đều phải cảm ơn nhân viên của tôi, vào thời khắc nguy nan nhất, chính lòng trung thành của họ đã giúp công ty chiến thắng khó khăn”. Chính lòng trung thành cứu sống cả công ty.

“Chúng tôi cần nhân viên trung thành” là tiếng lòng chung của các ông chủ.

Một chút lòng trung thành cũng hữu dụng hơn một đống kiến thức

Bill Gates từng phát biểu đầy cảm xúc rằng: “Xã hội này không thiếu người có năng lực, có trí tuệ, nhưng thiếu người vừa có năng lực vừa trung thành. Giữa trí tuệ và lòng trung thành, lòng trung thành của nhân viên càng quan trọng hơn đối với một doanh nghiệp, bởi vì trí tuệ và năng lực không đại diện cho phẩm chất một con người, đối với doanh nghiệp, lòng trung thành có giá trị hơn trí tuệ”.

Trí tuệ được xây dựng trên cơ sở lòng trung thành mới là trí tuệ có thể tin tưởng. Ngược lại, nếu một người có trí tuệ và năng lực, thiếu lòng trung thành, cũng chẳng ai dám tuyển dụng.

Hai năm trước, một công ty phát hành sách nổi tiếng bắt đầu trù bị công việc xây dựng kho dữ liệu sách và bán hàng trên mạng. Họ đầu tư rất lớn cả về tiền vốn lẫn công sức con người. Kỳ Hòa là Tổng giám sát kỹ thuật của dự án này, toàn quyền phụ trách công tác khai thác phát triển dự án. Đương nhiên theo thỏa thuận, công ty cũng trả anh một số lương xứng đáng.

Hai năm nay, dưới sự giám sát của anh, dự án tiến triển rất thuận lợi. Năm thứ 3 là năm quan trọng nhất, khai thác kỹ thuật bước vào giai đoạn hoàn tất, vậy mà Kỳ Hòa đột nhiên tuyên bố, trừ phi công ty trả anh mức lương cao gấp đôi hiện tại, anh quyết định từ chức. Thực ra, mức lương công ty trả cho anh hiện nay đã là kỷ lục trong ngành. Hơn nữa, anh còn đe dọa công ty sẽ lấy đi toàn bộ thành quả khai thác dự án. Cũng có nghĩa là, anh dùng tiền của công ty tiến hành nghiên cứu khai thác, khi anh “phủi mông” bỏ đi, toàn bộ đầu tư của công ty trước đây đổ sông đổ biển. Nếu anh bán thành quả có được cho đối thủ cạnh tranh của công ty, công ty sẽ tổn thất nghiêm trọng. Cho dù công ty vẫn có khả năng chi trả số tiền này, nhưng đối với người không trung thành, có thể phản bội lợi ích công ty bất cứ lúc nào, có giữ lại cũng không mang lại tác dụng, thậm chí còn là nguy cơ tiềm ẩn lớn hơn.

So với trí tuệ, trung thành càng quan trọng hơn, vì thế công ty đã không ngần ngại sa thải Kỳ Hòa.

Người trung thành dù năng lực tốt hay kém, ông chủ đều trọng dụng, người như vậy đi đến đâu đều có đường rộng thênh thang đón chờ. Ngược lại, năng lực dù tốt đến mấy, nếu thiếu lòng trung thành, cũng sẽ bị từ chối. Bởi vì, nhân viên “thân ở nướcTào, tim ở nước Hán”, năng lực phát huy càng đầy đủ, tổn thất lợi ích gây ra cho công ty và ông chủ càng lớn.

Phần đông các ông chủ đều cho rằng, một chút trung thành cũng hữu dụng hơn một lượng lớn kiến thức. Trong sự nghiệp cuộc đời, số lượng việc lớn cần quyết định nhờ trí tuệ ít, việc nhỏ cần hành động thực tế lại vô cùng nhiều. Nhân viên có lòng trung thành thì trí thông minh và trí tuệ của họ mới có tác dụng với ông chủ, nhân viên như vậy mới có thể khiến ông chủ an tâm.

Nếu bạn là người trung thành, bạn sẽ thành công

Trung thành nghĩa là tinh thần cống hiến, đối xử với mọi người thật lòng, trước sau như một. Nó xuất phát từ đáy lòng, hàm chứa tinh thần trách nhiệm, thậm chí hy sinh. Khi một người mất đi lòng trung thành, còn mất đi cả sự tôn nghiêm, thành tín, danh dự và tiền đồ.

Giám đốc kinh doanh La bất đồng ý kiến với lãnh đạo cấp trên, hai bên mãi chưa thể đạt được nhận thức chung, vì thế, Giám đốc La luôn ôm hận trong lòng, chuẩn bị chuyển sang một công ty vốn là đối thủ cạnh tranh. Một mặt, Giám đốc La xả được cơn giận trong lòng, mặt khác để bày tỏ lòng trung thành với "chủ mới", liền tìm mọi cách gọi điện hoặc truyền fax cho các nhà kinh doanh trên thị trường về tài liệu bí mật cũng như điện thoại của khách hàng, khiến thị trường hỗn loạn và gây ra rất nhiều tranh cãi trên thị trường. Điện thoại gọi đến từ các thị trường dường như làm cho đường dây điện thoại của công ty vỡ tung. Điều này chưa là gì, anh còn gọi điện cho cơ quan thương mại, cơ quan thuế địa phương nói, sổ sách tài chính công ty không rõ ràng, mặc dù khi điều tra, chứng thực không có gì mờ ám, khuất tất, nhưng rõ ràng việc này đã gây ra cho công ty nhiều "đòn giáng" nặng nề.

Khi Giám đốc La đắc ý mang "thành quả" đến công ty đối thủ chờ thưởng, không ngờ nhiệt tình bị dội gáo nước lạnh, ông chủ tương lai thấy Giám đốc La đối xử với công ty cũ như vậy, đã lo ngại: Ai biết sau này anh ta sẽ ném bom vào công ty như thế nào? Có một người như thế bên cạnh, chẳng phải là đặt bên cạnh mình một quả bom hẹn giờ có thể phát nổ bất cứ lúc nào hay sao? Ai còn dám dùng? Đương nhiên, ông chủ không dám tuyển dụng anh.

Cho đi chắc chắn sẽ có báo đáp. Bạn trung thành với người khác, người khác cũng sẽ trung thành với bạn. Người trung thành dễ lấy được lòng tin và sự ủng hộ của người khác, cũng đáng để ủy thác trọng trách, vì thế người trung thành càng dễ có cơ hội thành công.

Nhà quản lý lừng danh Iacocca, khi nhận ủy thác của công ty ô-tô Ford, đối mặt với muôn vàn nguy cơ, ông mạnh dạn tiến hành cải cách, khiến công ty ô-tô Ford thoát khỏi khủng hoảng. Nhưng Chủ tịch Hội đồng quản trị công ty Ford lại tẩy chay Iacocca, khiến ông rơi vào tình cảnh "tiến thoái lưỡng nan". Lúc này, Iacocca lại nói: "Chỉ cần tôi còn ở đây một ngày, tôi có nghĩa vụ trung thành với công ty của mình, tôi cần làm việc hết mình vì công ty". Cho dù sau này Iacocca rời khỏi Ford, nhưng ông vẫn tự hào vì mình đã làm hết những gì có thể cho Ford.

Iacocca nói: "Dù tôi phục vụ cho công ty nào, trung thành đều là nguyên tắc lớn nhất. Tôi có nghĩa vụ trung thành với công ty và nhân viên của mình, bất kỳ lúc nào cũng đều như thế". Chính vì như vậy, Iacocca chinh phục người khác không chỉ nhờ khả năng quản lý mà còn vì vẻ đẹp nhân cách của ông.

Bất luận một người xuất hiện trong công ty với tư cách gì thì đều cần trung thành với công ty. Một học giả thành công nói: "Nếu bạn là người trung thành, bạn cũng là người thành công". Là một nhân viên, lòng trung thành chính là thẻ thông hành để bạn đi tới thành công.

Trung thành, không những khiến một người có được nhiều cơ hội thành công, quan trọng hơn là trung thành khiến con người có được phẩm chất cao đẹp, đáng quý. Bất kỳ lúc nào, phẩm chất đẹp mãi mãi không bao giờ mất giá. Nếu bạn khao khát thành công, cần gìn giữ phẩm chất đẹp có tên trung thành, biến nó thành một nguyên tắc làm việc và từng bước bồi dưỡng quan niệm đạo đức đúng đắn, phát triển nhân cách cao thượng trên cơ sở lòng trung thành.

2. THÀNH THẬT

Trong quan niệm về 6 giá trị lớn của Microsoft có một điều là thành thật. Bill Gates nói: "Tất cả nhân viên của chúng tôi, thấp từ nhân viên, cao đến giám đốc đều phải tuyệt đối thành thật. Bởi vì chỉ có thành thật mới không gây ra việc phương hại đến công ty".

Bất kỳ công ty nào, ông chủ nào đều không thể chấp nhận nhân viên không thành thật. Một khi phát hiện nhân viên không thành thật, không đứng đắn, họ sẽ sa thải nhân viên đó ngay.

Thành thật là bản chất làm người, là phẩm chất cao đẹp nhất trong đối nhân xử thế, cũng là phẩm chất cần có để đi tới thành công trong sự nghiệp. Thành thật rất quan trọng, quan trọng không kém việc bạn thực hiện đúng đắn. Thành thật có thể làm cho người khác hiểu bạn, tiếp nhận

bạn, giúp đỡ bạn, ủng hộ bạn, giúp cho sự nghiệp của bạn thành công, được người khác kính trọng.

Thành thật là thước đo phẩm giá con người

Cho dù lúc nào, ở vào hoàn cảnh nào, thành thật đều có thể giúp bạn bước lên con đường đưa tới thành công. Những người thành công đều có rất nhiều đặc điểm chung, trong đó không thể thiếu tính thành thật.

Chúng ta còn đọc một câu chuyện lưu truyền rộng rãi ở Mỹ:

Công ty trách nhiệm hữu hạn nước giải khát Kepa bang California Mỹ cần tuyển nhân viên. Một thanh niên trẻ tên Marbury đến công ty tham gia phỏng vấn. Anh ngồi đợi thấp thỏm trong một phòng hội nghị rộng. Một lúc sau, có một cụ già dáng mạo chất phác, quần áo giản dị bước vào. Marbury lễ phép đứng dậy. Cụ già nhìn chằm chằm Marbury một lúc lâu, đúng lúc anh không biết phải hành động ra sao, cụ già liền nắm tay anh và nói: "Ta tìm thấy cháu rồi, cảm ơn cháu nhiều lắm. Lần trước nếu không có cháu, con gái của ta đã không còn trên đời này nữa".

Marbury không hiểu chuyện gì đang xảy ra, cứ vò đầu bứt tai.

"Lần trước, ở công viên trung ương, chính là cháu, chính cháu đã cứu cô gái trượt chân ngã xuống hồ". Cụ già một mực khẳng định.

Lúc này, Marbury mới hiểu ngọn nguồn sự việc, hóa ra cụ già cho rằng Marbury là ân nhân cứu mạng của con gái: "Thưa ông, chắc chắn ông nhận nhầm người rồi. Không phải cháu đã cứu con gái ông đâu ạ".

"Chính là cháu, là cháu, không sai được. Ta nhớ trên khuôn mặt người thanh niên đó có một nốt ruồi". Cụ già lại trả lời một cách chắc nịch.

Trước một cụ già tràn đầy lòng biết ơn, Marbury chỉ có thể giải thích một cách yếu ớt: "Thưa ông, đúng là trên mặt cháu có một nốt ruồi, nhưng thật sự không phải cháu. Ngay đến công viên ông nói, cháu còn chưa đến lần nào".

Nghe xong câu trả lời, cụ già buông tay Marbury, nhìn anh đầy thất vọng: "Lẽ nào ta nhận nhầm người?".

Marbury an ủi ông: "Ông đừng sốt ruột, từ từ tìm kiếm, nhất định có thể tìm thấy ân nhân cứu mạng con gái ông".

Sau đó không lâu, Marbury bắt đầu vào công ty làm việc. Một hôm, anh gặp lại cụ già hôm nào. Marbury thân mật cất lời chào ông và hỏi thăm: "Ân nhân của con gái ông đã tìm thấy chưa ạ?".

"Chưa, ta không tìm anh ta". Cụ già lặng lẽ bỏ đi. Tâm trạng Marbury tự nhiên chùng xuống, anh liền kể cho bác tài xế bên cạnh nghe về câu chuyện này. Không ngờ, bác tài xế bật cười: "Ông ấy đáng thương ư? Ông ấy là Giám đốc điều hành của công ty chúng ta, chuyện con gái ngã xuống nước không biết đã dùng bao nhiêu lần rồi, trên thực tế, ông ta làm gì có con gái".

"Hả?", Marbury ngạc nhiên, không hiểu vì sao. Bác tài xế tiếp tục nói: "Giám đốc điều hành của chúng ta tuyển nhân viên bằng cách này. Ông đã từng nói, người tài có đức mới là người tài có thể trọng dụng".

Sau khi được tuyển dụng không lâu, Marbury nổi bật hẳn lên, trở thành Giám đốc khai thác thị trường của công ty. Một năm giúp công ty kiếm được 35 triệu đô-la Mỹ lợi nhuận. Khi Giám đốc điều hành nghỉ hưu, Marbury thay ông nhậm chức Giám đốc điều hành, trở thành nhân vật giàu có nổi tiếng khắp nước Mỹ. Sau này, khi nói đến kinh nghiệm thành công của mình, Marbury nói:

"Một người cả đời làm người thành thật, có đức hạnh, chắc chắn sẽ có được lòng tin của người khác".

Khi nói về tiêu chuẩn, thước đo để tuyển dụng, thăng chức một nhân viên, Chủ quản nhân sự của một công ty lớn ở Mỹ nói: "Tôi không biết tiêu chuẩn tuyển dụng và thăng chức của các công ty khác ra sao, công ty chúng tôi rất chú trọng phẩm chất của thí sinh dự thi. Nếu người đó không thành thật thì dù có tài năng đến mấy, kinh nghiệm phong phú nhường nào, xuất sắc đến đâu, công ty chúng tôi cũng không tuyển dụng. Rất nhiều công ty như chúng tôi, đều chú trọng phẩm chất cá nhân và coi đó là tiêu chuẩn đề bạt".

Thành thật là thước đo nhân phẩm. Thước đo này, từ xưa đến nay được áp dụng cho tất cả mọi người. Gần như tất cả các ông chủ đều coi thành thật là tiêu chuẩn quan trọng để đánh giá nhân viên. Nếu bạn không thành thật, người khác đương nhiên sẽ không có lòng tin với bạn, mà ngược lại càng thêm cảnh giác. Thử nghĩ xem, có ông chủ nào muốn cấp dưới của mình không thành thật?

Giả dối sẽ thất bại, thành thật sẽ thành công

Tục ngữ có câu: "Gieo hạt nào, được cây đó", thậm chí "gieo gió gặt bão". Franklin cũng từng nói một câu mang hàm ý sâu sắc, khiến mọi người phải nhìn lại mình: "Một người trồng cây gì sẽ thu hoạch cây đó". Đúng thế, khi bạn gieo mầm cây "lừa dối", bạn sẽ không bao giờ thu hoạch được quả ngọt "thành công".

Lừa dối, làm giả chỉ là hành vi tạm thời có thể giúp bạn trong khoảnh khắc, không thể mang lại thành công.

Sau khi trượt đại học, Trần Khải đến làm công tại một thành phố miền nam. Tuy nhiên, dường như tất cả các đơn vị tuyển dụng nếu không đòi hỏi thí sinh có bằng trung cấp, cao đẳng trở lên thì cũng phải có chứng nhận tay nghề, còn anh không có gì hết. Đúng lúc anh đang vò đầu bứt tai không biết làm sao, bạn bè liền gợi ý: "Làm bằng đại học giả", thậm chí còn đưa địa chỉ làm bằng giả cho anh. Hiếu kỳ, anh quyết định thử đi xem sao. Ngày hôm sau, anh đến cổng một nhà máy, thấy trước cổng tụ tập một nhóm người, thì ra nhà máy này đang tuyển nhân viên quản lý kho. Anh thấy điều kiện của mình đều đáp ứng yêu cầu tuyển dụng trong thông báo dán trên cổng, nên đã kìm lại sự kích động trong lòng, chen lên trước, giơ cao chứng nhận trong tay, bao gồm chứng minh thư nhân dân và bằng tốt nghiệp phổ thông trung học có phần nhàu nhĩ. Cô gái phụ trách tuyển dụng thu toàn bộ hồ sơ của các thí sinh, một lúc sau, cô trả lại một số hồ sơ. Hoá ra, những hồ sơ đó đều chứa các văn bằng giả. Kết quả, Trần Khải được vào vòng phỏng vấn.

Rõ ràng, chính nhờ thành thật, Trần Khải có được công việc này, giả sử anh cũng nộp bằng đại học giả, chắc chắn sẽ mất đi cơ hội này.

Bạn có thể mang bằng cử nhân đại học, bằng thạc sỹ, tiến sỹ giả đến gõ cửa công ty tuyển dụng; bạn có thể tạm thời có được lòng tin của khách hàng, ông chủ, đồng nghiệp hoặc bạn bè bằng thủ đoạn lừa gạt; bạn có thể đạt được một số thứ nhờ thủ đoạn lừa gạt. Tuy nhiên, dù thế nào bạn cũng không thể mua được danh dự và sự tôn trọng, không thể lừa thành công.

Lincon từng thẳng thắn chỉ rõ: Thời gian sẽ là máy phát hiện nói dối chính xác nhất để mọi người nhìn rõ chân tướng, bộ mặt thật của bạn sau khi nói dối. Lừa dối chỉ là tạm thời, chỉ có thành thật mới là mãi mãi, mới có thể chiến thắng người khác. Giá trị của thành thật lớn gấp hàng nghìn lần lợi ích có được do lừa gạt.

Người không thành thật, hay dùng thủ đoạn lừa gạt không thể làm bạn lâu dài với mọi người, không có tinh thần hợp tác tập thể, đương nhiên càng không thể nói đến việc thực hiện ước nguyện hạnh phúc và thành công.

Người không thành thật, ông chủ có thể coi trọng tài năng chỉ vì nhu cầu nhất thời, nhưng khi không còn giá trị sử dụng thì dù có tài hoa xuất chúng đến đâu, những người này cũng sẽ bị sa thải.

Bởi vì người không thành thật trước sau luôn là mối nguy hiểm, sự đe dọa rình rập bên cạnh, ông chủ nào dám tin tưởng.

Thành thật giúp bạn đi tới thành công

Thành thật là một phẩm chất đẹp, so với các phẩm chất khác, thành thật càng thể hiện rõ thế giới nội tâm của một con người. Trong đối nhân xử thế, lập nghiệp sáng nghiệp luôn đề cao chữ "thành".

Ngày xưa có một vị vua già anh minh được nhân dân rất mực yêu quý và kính trọng. Ông không có con trai. Đối diện với tương lai không có người kế nghiệp, vị vua già bèn cáo thị khắp nước: "Ta sẽ đích thân chọn một đứa trẻ trong nước làm con nuôi".

Ông phát cho mỗi đứa trẻ một ít hạt giống hoa và nói: "Ai trồng ra cây hoa đẹp nhất, đứa trẻ đó sẽ là người kế nghiệp của ta".

Dưới sự giúp đỡ của người lớn, tất cả mọi đứa trẻ đều gieo hạt, tưới nước, bón phân, xới đất, chăm sóc cây vô cùng kỹ lưỡng. Trong đó có một cậu bé tên là Hùng Nhật, cũng dành rất nhiều tâm huyết gieo trồng hạt giống. Nhưng 10 ngày qua đi, nửa tháng qua đi, hạt giống trong chậu vẫn không nảy mầm. Hùng Nhật rất buồn, liền hỏi mẹ. Mẹ bảo cậu: "Con thử đổi đất trong chậu xem có được không?". Hùng Nhật đổi lượt đất mới, rồi lại ươm hạt giống, nhưng vẫn chẳng thấy mầm cây nào nhú lên.

Ngày nhà vua quy định mang hoa ra trưng bày đã đến, những đứa trẻ khác đều ôm khư khư trên tay những chậu hoa tươi tắn, rực rỡ sắc màu, đợi nhà vua đến thưởng thức. Chỉ có Hùng Nhật nép mình bên cạnh một cửa hàng, hai tay ôm chậu hoa không, khóc thút thít.

Nhà vua nhìn thấy, liền gọi cậu lại và hỏi: "Sao cháu bê chậu hoa không thế này?". Hùng Nhật thành thật kể cho nhà vua nghe về quá trình ươm giống tỉ mỉ, chu đáo nhưng hạt giống vẫn không nảy mầm.

Nhà vua nghe xong, vui mừng, phấn khởi nắm tay Hùng Nhật nói: "Cháu chính là con trai thành thật của ta. Bởi vì hạt giống ta phát cho các cháu đều đã được luộc chín, căn bản không thể nảy mầm, càng không thể kết hoa".

Nhờ thành thật, Hùng Nhật trở thành người kế vị ngai vàng của nhà vua.

Người thành thật cuối cùng cũng được ngợi khen, tán thưởng, còn thất bại, trắng tay là tất cả những gì đang chờ phía trước của người không thành thật.

Trần Phong và người bạn thân Đỗ Quang cùng tham gia dự tuyển vào một công ty vốn nước ngoài. Đãi ngộ của công ty rất tốt, vì thế người tham gia ứng tuyển cũng không ít. Sau khi kết thúc phỏng vấn, chủ khảo nói còn cần thử việc một thời gian, vì thế bảo họ 5 ngày sau quay lại.

5 ngày sau, họ đến công ty từ rất sớm. Tổng giám đốc công ty đích thân sắp xếp công việc ngày hôm đó cho họ. Ông đưa cho mỗi người một tập truyền đơn lớn, yêu cầu họ đi phát truyền đơn tại những nơi đã được chỉ định sẵn.

Trần Phong ôm tập truyền đơn đến địa điểm quy định, hễ nhìn thấy ai là phát. Có người nhận truyền đơn, có người từ chối, có người nhận xong, tiện tay vứt luôn xuống đường, anh đành nhặt lên phát lại. Quay cuồng cả một ngày, vậy mà số truyền đơn còn lưu lại trên tay vẫn khá lớn.

5 giờ chiều, Trần Phong trở về công ty báo cáo với bộ dạng vô cùng mệt mỏi. Vừa vào văn phòng, anh thấy những người khác dường như đã ngồi đó từ lâu. Vừa thấy anh, Đỗ Quang đã hỏi, sao vẫn còn bao nhiêu truyền đơn trong tay thế kia? Trần Phong quan sát thấy mọi người đều đã phát hết, trong lòng không khỏi cảm thấy lo lắng, hồi hộp, thấp thỏm.

Tổng giám đốc hỏi Trần Phong đã phát được bao nhiêu, anh đỏ mặt ngượng ngùng, đưa số truyền đơn còn lại cho Tổng giám đốc và nói: "Tôi làm không tốt, mong ông thông cảm!". Trên đường về nhà, Đỗ Quang luôn miệng trách Trần Phong ngốc và nói với anh rằng thực ra, anh ta cũng không phát hết truyền đơn, nhưng đã vứt toàn bộ số truyền đơn còn lại vào thùng rác, anh ta nghĩ những người khác cũng vậy.

Kết quả hoàn toàn ngoài sức tưởng tượng. Trong đợt tuyển dụng đó, Trần Phong là người duy nhất trúng tuyển, việc này không khỏi khiến người khác đặt câu hỏi tại sao.

Nửa năm sau, vì thành tích chuyên môn nổi bật, Trần Phong được thăng chức trưởng phòng. Trong bữa tiệc chúc mừng, anh bạo dạn hỏi Tổng giám đốc lý do vì sao lại lựa chọn anh lúc đó. Tổng giám đốc nói: "Một ngày một người có thể phát được bao nhiêu tờ truyền đơn, chúng tôi đã tính toán từ lâu. Số truyền đơn tôi đưa cho các bạn ngày hôm đó, chắc chắn không thể phát hết trong thời gian 1 ngày ngắn ngủi. Vậy mà những người khác lại phát hết, duy nhất chỉ còn bạn chưa phát hết. Đáp án đơn giản như vậy thôi".

Sau này, Trần Phong xúc động nói: "Những gì trải qua trong đợt dự tuyển đó tôi không bao giờ quên. Nó khiến tôi hiểu rõ ràng hơn một đạo lý vô cùng có ích trong suốt cả cuộc đời: Thành thật là vàng, lòng tin của người khác đối với bạn trước tiên cũng đến từ sự thành thật của bạn đối với họ".

Chỉ có người thành thật mới có thể chiếm được lòng tin của người khác, đây là chân lý ngàn đời. Một người nếu mất đi sự thành thật, sẽ không có ai tin lời anh ta, vì thế anh ta sẽ mất đi tất cả cơ hội có thể thành công.

Thành thật tôn vinh, thăng hoa nhân phẩm con người, thành thật tươi mát như bầu không khí trong lành buổi sớm. Trong công việc, không có gì quý hơn lòng thành thật. Thành thật là ưu thế và tài sản của bạn, nó sẽ giúp bạn đi tới thành công.

3. GIỮ CHỮ TÍN

Công ty Microsoft khá coi trọng chữ tín của nhân viên. Chữ tín yêu cầu nhân viên dù ở trong hay ngoài doanh nghiệp, đều phải giữ tín nhiệm với mọi người trong quá trình giao tiếp, một lời nói một gói vàng. Chữ tín của mỗi cá nhân là danh dự của toàn công ty.

Phó giám đốc điều hành công ty Microsoft Lý Khai Phúc từng phỏng vấn một ứng viên dự tuyển. Người này tương đối xuất sắc trên cả lĩnh vực kỹ thuật chuyên môn lẫn quản lý. Nhưng trong buổi nói chuyện sau phỏng vấn, anh ta bày tỏ, nếu Lý Khai Phúc tuyển anh ta, anh ta thậm chí có thể mang theo một kết quả phát minh trong thời gian làm việc ở công ty cũ. Ngay sau đó, anh ta liền cảm thấy lời nói của mình có phần không đúng, liền vội vàng giải thích: Phát minh đó được thực hiện sau khi hết giờ làm, ông chủ không hề hay biết. Sau những lời giải thích đó, Lý Khai Phúc lập tức quyết định không bao giờ tuyển dụng con người đó.

Sau này, Lý Khai Phúc cho biết: "Cho dù anh ta có năng lực tốt, trình độ công tác tốt đến nhường nào, tôi đều không tuyển dụng anh ta, kiểu người thiếu đạo đức nghề nghiệp cơ bản. Nếu sử dụng kiểu người không giữ chữ tín này, ai có thể dám chắc sau một thời gian làm việc ở đây, anh ta không biến thành quả "sau giờ làm" thành "cống phẩm" đi lấy lòng công ty khác?".

Giữ chữ tín là nguyên tắc đạo đức tối thiểu của một nhân viên, đồng thời cũng là phẩm chất đẹp không thể thiếu trong công việc của một nhân viên. Giữ lời hứa, tạo dựng danh dự là điều kiện tiền đề không thể thiếu để đi tới thành công.

Không có chữ tín, không thể làm người

Giữ chữ tín, chính là giữ lời hứa, không giả dối, lừa gạt. "Lời nói nào hành động đó, hành động

nào kết quả đó”. Một lời đã thốt ra không bao giờ lấy lại được. Từ cổ xưa đến nay, con người coi “chữ tín” là cốt lõi làm người và luôn cố gắng thực hiện bằng được.

Tăng Tử, học trò xuất sắc của Khổng Tử là một người rất giữ chữ tín. Một lần, vợ Tăng Tử phải đi chợ, con trẻ khóc ngặt đòi theo. Người vợ liền dỗ con: “Con ở nhà, mẹ về sẽ giết lợn làm thịt cho con ăn”. Sau khi đi chợ về, người vợ nhìn thấy Tăng Tử đang chuẩn bị mổ lợn, vội vàng lao đến ngăn cản. Tăng Tử nói, nàng nói dối con, con sẽ không tin nàng nữa. Nói rồi, ông liền giết lợn. Tăng Tử không nói dối con trẻ, từ đó còn bồi dưỡng cho con phẩm chất biết giữ chữ tín.

Cuối đời Tần có một người tên là Lý Bố, luôn trọng lời hứa, giữ chữ tín. Người người đều nói: “Có trăm cân vàng không bằng có một lời hứa của Lý Bố”. Câu nói này đủ để chứng minh tiền bạc không thể mua được chữ tín. Nếu bạn có thể giữ lời hứa với người khác, họ sẽ cảm động bởi thái độ của bạn, từ đó tin tưởng bạn.

Chữ tín có sức mạnh vô cùng to lớn. Người coi việc giữ chữ tín là nguyên tắc, luôn đề cao chữ tín, coi trọng chữ tín mới được người đời chấp nhận, và mới có thể được giúp đỡ lúc lâm nguy.

Thời Tam Quốc, số quân Gia Cát Lượng chỉ huy khi ở Kỳ Sơn chỉ có hơn 100 nghìn binh sỹ, trong khi đó Tư Mã lại có 300 nghìn tinh binh. Hai nước Thục, Ngụy quyết chiến ở núi Kỳ Sơn. Đúng lúc tình thế cấp bách, quân Thục lại có 10 nghìn binh sỹ được quyền trở về quê hương do hết thời gian đi lính. 10 nghìn người này ra đi sẽ ảnh hưởng lớn đến sức chiến đấu của quân Ngụy. Binh lính đến hạn được trở về quê hương cũng lo lắng, bồn chồn, trận chiến lớn sắp diễn ra, mong muốn trở về nhà e rằng sẽ biến thành bong bóng. Lúc này, tướng lĩnh cùng kiến nghị Gia Cát Lượng kéo dài thời gian đi lính thêm 1 tháng nữa, đợi cuộc chiến lớn này kết thúc mới để binh sỹ về quê.

Gia Cát Lượng trả lời quyết đoán: “Trị quốc trị quân đều phải lấy chữ tín làm cốt lõi. Tâm tư muốn được về nhà của các binh sỹ đã căng như mũi tên, bố mẹ vợ con người thân ở nhà đang ngày đêm trông ngóng, ta sao có thể chỉ vì nhu cầu tức thời mà đánh mất chữ tín với dân?”. Nói đoạn, Gia Cát Lượng hạ lệnh cho các đội quân, để binh sỹ hết hạn đi lính mau mau trở về quê hương.

Mệnh lệnh của Gia Cát Lượng vừa ban xuống, binh sỹ gần như không dám tin vào tai mình, mắt ai cũng ngân ngấn lệ, vô cùng xúc động và đồng loạt quyết định không về. “Thừa tướng đối với chúng ta ơn trọng như núi, nay là lúc cần dùng người, chúng ta phải phấn đấu giết địch, báo đáp thừa tướng!”. Tình cảm của số binh sỹ này có sức cổ động rất lớn đối với những người còn lại. Quân Thục trên dưới một lòng, khí thế cao ngất trời, đã đánh bại quân Ngụy ngay trên địa hình cực kỳ bất lợi. Gia Cát Lượng đạt được không ít chiến thắng trong các trận chiến chính nhờ phương châm “trị binh bằng chữ tín”.

Không có chữ tín, không thể làm người, giả sử bạn muốn làm việc lớn, hãy đối xử với mọi người một cách chân tình, quang minh lỗi lạc, nghiêm khắc với mình nhưng khoan dung với người khác, giữ đúng lời hứa. Chỉ như vậy mới có thể chiếm được cảm tình, lòng tin và sự ủng hộ của người khác, từ đó xây dựng cơ sở vững chắc cho sự nghiệp phát triển.

Chữ tín là một tài sản quý giá

Năm 1835, Morgan trở thành cổ đông của một công ty bảo hiểm nhỏ mang tên “Hỏa hoạn Ittner”, công ty này không bắt buộc phải nộp tiền mặt ngay mà chỉ cần ký vào danh sách cổ đông là có thể lập tức trở thành cổ đông. Điều kiện này rất phù hợp với ý muốn không có tiền mặt vẫn có lợi ích của Morgan.

Sau khi Morgan trở thành cổ đông không lâu, có một khách hàng đóng bảo hiểm tại công ty “Hỏa hoạn Ittner” gặp hỏa hoạn. Theo quy định, nếu bồi thường toàn bộ tiền bảo hiểm, công ty bảo hiểm sẽ phá sản. Các cổ đông đều hoang mang không biết phải làm sao, tới tấp đòi rút cổ phần khỏi công ty.

Morgan suy đi tính lại, cho rằng danh dự của bản thân quan trọng hơn tiền bạc, vì thế ông

chạy vạy khắp nơi với mong muốn kiếm đủ số tiền bồi thường, thậm chí bán cả nhà ở của mình để mua lại cổ phần của các cổ đông đòi rút khỏi công ty với mức giá thấp. Sau đó, ông bồi thường toàn bộ số tiền theo quy định cho khách hàng tham gia đóng bảo hiểm.

Sau khi sự việc qua đi, công ty bảo hiểm Ittner trở thành hình ảnh tiêu biểu công ty luôn giữ chữ tín. Morgan "tay trắng" trở thành người sở hữu toàn bộ công ty, nhưng công ty đang bên bờ vực phá sản. Không còn cách nào khác, ông đành đăng quảng cáo, cho biết tất cả khách hàng tham gia ký hợp đồng bảo hiểm với Ittner, đều sẽ được trả tiền bảo hiểm tăng theo cấp số nhân.

Không ngờ, khách hàng kéo đến đông như ong vỡ tổ. Hóa ra trong mắt khách hàng, công ty Ittner là công ty bảo hiểm giữ chữ tín nhất. Đặc điểm này khiến công ty được khách hàng hoan nghênh hơn hết thảy các công ty bảo hiểm nổi tiếng. Công ty bảo hiểm Ittner sống dậy từ đó.

Nhiều năm sau, công ty của Morgan trở thành một trong những chủ chính ở phố Wall. Morgan năm nào chính là người mở đầu gia đình tỷ phú dòng họ Morgan ở Mỹ. Thực ra, thành tựu của gia đình Morgan không phải là một trận hỏa hoạn, mà là chữ tín có giá trị hơn nhiều so với tiền bạc.

Trong thư "đôi điều nhắc nhở thương nhân trẻ", Franklin có viết hai câu danh ngôn: "Thời gian là vàng bạc" và "chữ tín cũng là vàng bạc". Thực ra, trong quá trình giao tiếp, chung sống giữa người và người, quy định và trình tự luôn được duy trì bền vững nhờ vào chữ tín. Giữ chữ tín càng là điều kiện cần thiết và yêu cầu nội tại của kinh tế thị trường. Từ một ý nghĩa nào đó, kinh tế thị trường là kinh tế khế ước. Trong chuỗi vận hành của kinh tế thị trường, từ sản xuất, trao đổi đến phân phối, tiêu thụ, có khâu nào không cần có chữ tín?

Công ty IBM Mỹ phát triển nhanh chóng chính là nhờ các phẩm chất tốt đẹp của nhân viên như trách nhiệm cao trong dịch vụ hậu mãi đối với sản phẩm, thái độ làm việc chăm chỉ, siêng năng, kiên trì, bền bỉ và nhất là biết giữ chữ tín.

Một hôm, thành phố Feinikesi cần gấp một linh kiện máy tính để xây dựng lại kho dữ liệu đa năng. Sau khi biết chuyện, công ty IBM lập tức cử đi một nữ nhân viên. Ai ngờ, trên đường đi gặp mưa to gió lớn làm cho nước sông chảy xiết, đường dẫn lên 14 cây cầu đều bị cấm, giao thông ùn tắc, xe ô-tô không thể đi qua. Theo lẽ thường, trong hoàn cảnh đặc biệt này, người nữ nhân viên hoàn toàn có đủ lý do để trở về công ty, nhưng cô không khuất phục trước cái đói, cái rét cũng như gian nan, hiểm nguy trên đường đi, vẫn quyết tâm tiến về phía trước, tận dụng triệt để đôi giày trượt băng cất trong xe, một mạch trượt về đích. Quãng đường thường ngày chỉ cần 20 phút lái xe, giờ biến thành 4 tiếng đồng hồ "việt dã". Nữ nhân viên sau khi đến địa chỉ của khách hàng lại không quản mệt mỏi, lao ngay vào công việc, kịp thời giải quyết vấn đề của khách hàng.

Công ty IBM được đông đảo khách hàng khen ngợi chính vì thái độ làm việc nghiêm túc, có trách nhiệm và hành động cảm động lòng người của cán bộ công nhân viên công ty. Sản phẩm máy tính của IBM trở thành sản phẩm bán chạy được khách hàng tranh nhau mua, vì thế khách hàng của công ty trải rộng trên khắp thế giới.

Về căn bản, kinh tế thị trường là kinh tế danh dự. Các doanh nghiệp, thương nhân phải dựa vào chữ tín mới có thể sinh tồn và phát triển. Cần có chữ tín để duy trì và phát triển quan hệ hợp tác tốt đẹp dài lâu với khách hàng, nhân viên, nhà cung ứng và giữa các cổ đông. Doanh nghiệp không giữ chữ tín không phải là doanh nghiệp giỏi, khách hàng không biết giữ chữ tín không phải là khách hàng tốt, nhà cung ứng không giữ chữ tín không phải là đối tác hợp tác tin cậy, nhân viên không giữ chữ tín không phải là nhân viên xuất sắc.

Giữ chữ tín là chìa khóa mở cánh cửa đi tới thành công

Chữ tín là lòng tin được xây dựng sau nhiều lần giữ lời hứa trong quá trình giao tiếp, là thước đo nhân cách, phẩm chất của một cá nhân. Chữ tín của một người ra sao có ảnh hưởng đến địa vị, hình ảnh và danh tiếng của người đó trong xã hội. Mọi người sẽ rất tôn trọng, tin tưởng và gần gũi

với người luôn giữ chữ tín; nhưng sẽ coi thường, cảnh giác và rời xa người không giữ chữ tín. Từ ý nghĩa này chúng ta thấy, giữ chữ tín là chìa khóa mở ra cánh cửa đi tới thành công.

Lý Gia Thành là tỷ phú hàng đầu Hồng Công, thành công của ông cũng không tách rời việc giữ chữ tín. Khi nói về thành công của bản thân, ông nói: "Trong đời một người, quan trọng nhất là giữ chữ tín, bây giờ dù tôi có số vốn nhiều gấp 10 lần hiện nay cũng không đủ để ứng phó với công việc kinh doanh nhiều như thế này, hơn nữa rất nhiều hợp đồng do khách hàng tự tìm đến, đây là kết quả của việc biết giữ chữ tín".

Một nhân viên không giữ chữ tín sẽ không chiếm được lòng tin và sự trọng dụng của ông chủ; một doanh nghiệp không giữ chữ tín sẽ mất đi "thượng đế"; trên "chiến trường thương trường", không giữ chữ tín sẽ mất đi khách hàng.

Một công ty trang trí không mấy nổi tiếng, cũng không giàu cơ sở kinh tế, nhưng phương châm lẫn hành động luôn đảm bảo chất lượng trong thi công đã cảm động khách hàng. Khoảng tường phía sau ti-vi của khách hàng đã được thợ mộc trang trí tươm tất, người ngoài nghề nhìn vào dường như không có khiếm khuyết gì, nhưng giám sát chất lượng của công ty sau khi kiểm tra liền ra lệnh tháo ra làm lại.

Mọi người đều thắc mắc, bởi nếu tháo gỡ khoảng tường trang trí toàn bằng gỗ này sẽ tổn thất tối thiểu gần 1 nghìn Nhân dân tệ. Nhưng giám sát chất lượng nói: "Toàn bộ các miếng gỗ không khớp với nhau, hiện nay đóng đinh giữ thì xem ra không vấn đề gì, nhưng khi trời ấm lên, gỗ sẽ nở ra gây biến dạng. Chúng tôi không thể lừa dối khách hàng".

Do kiên quyết giữ gìn danh dự, công ty đã thu hút được 5 khách hàng chỉ trong một thời gian cực ngắn. Trong cuộc cạnh tranh thị trường, tỉ lệ nhận hợp đồng trang trí của công ty không mấy tên tuổi này vượt qua tất cả các công ty trang trí khác trong tòa nhà. Điều này cho thấy, dù là doanh nghiệp lớn hay nhỏ, dù chỉ là một công ty mới, danh dự chính là "vốn" sinh tồn.

Đôi khi, cách đề cao chữ tín, giữ lời hứa sẽ làm cho bản thân gặp thiệt thòi. Nhưng thiệt thòi này chỉ là tạm thời, bởi vì có thiệt mới có lợi. Một lần bị thiệt hoặc bị tổn thất về lợi ích kinh tế sẽ mang lại ảnh hưởng tích cực, lâu dài cho sự nghiệp của bản thân.

Năm 1968, Tổng giám đốc Macdonal Nhật Bản - Fujita tiếp nhận hợp đồng đặt hàng 3 triệu bát đĩa, dao dĩa của công ty nguyên liệu dầu Mỹ. Thời hạn giao hàng là ngày 1 tháng 8 cùng năm, địa điểm giao hàng là Chicago, Mỹ.

Fujita tổ chức mấy nhà máy tiến hành sản xuất lô hàng trên, nhưng một số nhà máy kéo dài thời hạn nên đến ngày 27 tháng 7 mới hoàn tất công việc sản xuất. Nhưng nếu vận chuyển bằng đường biển từ Tôkyô đến Chicago chắc chắn sẽ không kịp giao hàng vào ngày 1 tháng 8 vì khoảng cách giữa hai nơi rất lớn, lúc đó sẽ vi phạm hợp đồng. Nhưng nếu vận chuyển bằng hàng không thì sẽ tổn thất một khoản lợi nhuận không nhỏ.

Lúc này Fujita như đứng trước ngã ba đường, một là chịu tổn thất về lợi nhuận, hai là tổn thất về "chữ tín" - một thứ không hình không mùi, không nhìn thấy, không sờ thấy. Suy đi tính lại đến hàng trăm lần, Fujita kiên quyết thuê máy bay chở hàng Boing 707 của Hãng hàng không để vận chuyển lô hàng kịp thời đến đích với chi phí lên tới 300 nghìn đô-la Mỹ. Lần này Fujita phải chịu một tổn thất lớn, nhưng đổi lại, giành được lòng tin của công ty nhiên liệu dầu Mỹ.

Vài năm sau, công ty nhiên liệu dầu Mỹ liên tiếp đặt hàng công ty Macdonal Nhật với số lượng lớn, Fujita cũng vì thế mà được báo đáp hậu hĩnh. Đây chính là tài sản do giữ chữ tín mang lại.

Dù trong cuộc sống hay công việc, một người càng có chữ tín thì càng có thể thành công, mở ra cục diện có lợi. Bạn cần để chữ tín đại diện cho mình, để tên bạn khắc sâu trong lòng mỗi người bạn từng tiếp xúc. Bạn cần làm cho họ tin tưởng rằng, bạn là một người đáng tin cậy. Điều này có tác dụng vô cùng quan trọng đối với việc xây dựng hình ảnh cũng như phát triển sự nghiệp cá

nhân.

Trong giao tiếp và trong công việc, nhân viên xuất sắc đều rất chú trọng chữ tín của mình. Họ coi giữ chữ tín là thước đo trong công việc và đối nhân xử thế. Một người giữ chữ tín có thể rất dễ dàng chiếm được lòng tin của người khác, mang đến vô vàn cơ hội phát triển tốt cho sự nghiệp của bản thân.

4. SIÊNG NĂNG

Bill Gates nói: "Nhân viên công ty cần siêng năng, chăm chỉ, cần cù, dù trong bất kỳ hoàn cảnh nào đều cần chịu khó chịu khổ đợi chờ vận may. Chăm chỉ không những chỉ về thể lực, mà còn có trí não và tình cảm".

Bill Gates thông minh bẩm sinh, nhưng thành công của ông không thể tách rời tác phong làm việc cần cù, siêng năng. Ông là người điển hình cho sự say mê làm việc, hễ làm việc là không phân biệt ngày đêm, trung bình mỗi ngày làm việc từ 10 đến 15 tiếng đồng hồ, có khi ở liền trong phòng máy hai tuần không bước ra ngoài. Khi không làm việc, giống như hang sâu hút nắng mặt trời, ông thu thập lượng lớn tài liệu. Chính nhờ tinh thần làm việc chăm chỉ không mệt mỏi này, ông đã viết nên "thần thoại Bill Gates".

Ngay từ thuở ấu thơ, chúng ta đã thường nghe bố mẹ, thầy cô khuyên dạy "cần cù bù thông minh", "siêng năng làm nên tất cả", và còn được nghe vô vàn câu chuyện thành công có liên quan đến sự cần cù, chịu khó. Nhưng phần đông chúng ta không cảm nhận được hết ý nghĩa gợi mở của những câu chuyện đó, vẫn lười biếng trong công việc, không cố gắng chịu khó chịu khổ, còn thường xuyên biện bạch rằng: Thời đại này đã khác, cần cù, chăm chỉ không còn là tố chất vàng đưa đến thành công trong công việc hay thương trường, không cần siêng năng vẫn có thể đạt được thành công.

Thật sự như vậy sao? Không, chắc chắn là không. Trong thời đại cạnh tranh khốc liệt ngày nay, siêng năng không phải càng ngày càng không quan trọng nữa, mà ngược lại, nếu muốn thành công trong công việc, buộc phải duy trì thái độ, tác phong làm việc siêng năng.

Trên đời không có thành công nếu không làm việc

Từng có người hỏi Lý Gia Thành về bí quyết thành công, ông đã kể một câu chuyện thay cho câu trả lời:

Trong một buổi diễn thuyết, khi có người hỏi "Thần bán hàng" Nhật Bản Yuanyiping khi đó đã gần 70 tuổi về bí quyết bán hàng thành công của ông, ông liền cởi ngay giày và tất, mời người đặt câu hỏi lên bục giảng và nói: "Mời anh sờ gót chân của tôi".

Người hỏi liền sờ gót chân của ông, thốt lên đầy ngạc nhiên: "Gót chân của ông sao dày quá".

Yuanyiping nói: "Bởi vì tôi đi nhiều hơn những người khác, chịu khó chạy đây đó hơn những người khác".

Người đặt câu hỏi đăm chiêu suy nghĩ, bỗng nhiên hiểu ra tất cả.

Sau khi kể xong câu chuyện, Lý Gia Thành mỉm cười và nói: "Tôi không có tư cách để mời bạn sờ gót chân của tôi, nhưng tôi có thể nói với bạn rằng, gót chân của tôi cũng rất dày".

Câu chuyện trên cho chúng ta biết rằng: Bất kỳ thành công nào trong đời đều được bắt đầu từ siêng năng, chăm chỉ và quyết định bởi siêng năng, chăm chỉ. Siêng năng là cơ sở, là nền móng và cũng là bí quyết của thành công. Không siêng năng, chăm chỉ, không thể tùy tiện đạt được thành công.

Một người thành công từng nói: "Tôi không biết có ai có thể đạt được thành công mà không làm việc chăm chỉ". Nhân vật chính trong câu chuyện ngụ ngôn "ôm cây đợi thỏ" từng bắt được một chú thỏ mà không mất chút sức nhỏ nào, nhưng sau đó, anh ta chẳng còn bắt được con thỏ nào nữa. Vì thế, đừng hy vọng không làm mà có ăn, có thành công. Mọi thành công đều đến từ nỗ lực, cố gắng của người siêng năng. Trong công việc, thành công không có con đường nào khác là siêng năng, cần cù, chịu thương chịu khó.

Stephen King là nhà văn viết tiểu thuyết khủng bố nổi tiếng thế giới, hàng ngày ông gần như chỉ làm một việc giống nhau, đó là khi trời vừa hửng sáng thì ngồi vào bàn làm việc với chiếc máy đánh chữ quen thuộc và bắt đầu sáng tác của một ngày.

Cuộc đời của Stephen King đầy những gập ghềnh, trắc trở. Từng nghèo đến mức không có tiền đóng tiền điện thoại, vì thế mà bị công ty điện thoại khóa đường dây. Sau này ông trở thành nhà văn chuyên viết tiểu thuyết khủng bố nổi tiếng thế giới, tác phẩm đặt hàng không ngừng. Đến nay ông đã trở thành người giàu có, nhưng mỗi ngày của ông vẫn trải qua trong công việc sáng tác cần mẫn.

Bí quyết thành công của Stephen King rất đơn giản, chỉ có 1 từ: siêng năng. Trong một năm, chỉ có 3 ngày ông không sáng tác, đó là ngày sinh nhật, lễ Giáng sinh và Quốc khánh Mỹ. Cũng có nghĩa là, một năm ông chỉ nghỉ làm 3 ngày, siêng năng mang lại cho ông nguồn cảm hứng không bao giờ cạn kiệt.

Học giả nổi tiếng Trung Quốc, Lý Mộ Lâm từng nói: "Siêng năng sinh ra cảm hứng". Nữ thần Muse cũng luôn có tình cảm đặc biệt với những ai siêng năng, cần cù, nữ thần luôn mang đến cho họ nguồn cảm hứng dồi dào không bao giờ nguội tắt. Dù trong trường hợp không có gì để viết, học giả Lý Mộ Lâm vẫn kiên trì tập viết 5 nghìn chữ mỗi ngày. Đây là kinh nghiệm được truyền lại từ một thầy giáo lâu năm khi ông mới vào nghề, kinh nghiệm này đã theo ông suốt cả cuộc đời. Ông nói, tôi chưa bao giờ hốt hoảng vì không có cảm hứng.

Siêng năng là đường đi trong núi rừng sách vở, chịu khó là con thuyền trên biển học mênh mông. Học tập là như vậy, làm việc cũng như vậy. 99% mồ hôi và 1% cảm hứng sẽ tạo ra 100% thành công. Trong công việc, chỉ khi bản thân luôn không ngừng tự nhắc nhở, phải cố gắng, phải nỗ lực, mới có thể đạt được những gì mong muốn.

Siêng năng khiến bình thường trở thành vĩ đại, người bình thường trở thành hào kiệt. Cuộc đời của người thành công luôn là quá trình cần cù sáng tạo, ngoan cường tiến lên.

Trong xã hội coi trọng thành tích hôm nay, cho dù bạn làm việc gì, có thể là một nhân viên vệ sinh hay một nhân viên công nghệ thông tin xuất sắc, chỉ cần làm việc chăm chỉ, siêng năng, bạn sẽ thành công, được ông chủ ghi nhận.

Thành công có được là nhờ siêng năng và nỗ lực

Làm việc chăm chỉ nên là thái độ cần có của mỗi người đi làm, tuy nhiên rất nhiều người lại nói: chăm chỉ, việc gì phải chăm chỉ, ông chủ trả cho tôi một tý tiền lương, tôi sao có thể chăm chỉ được? Trả bao nhiêu tiền, làm bấy nhiêu việc.

Rất nhiều người quen lấy tiền lương làm thước đo giá trị công việc mình làm. Thực ra, với những gì công việc mang lại cho bạn, có thể nói, tiền lương chỉ là một phần rất hãn hữu. Sự cần cù, siêng năng của bạn làm cho thành tích và lợi nhuận của công ty tăng cao và mang lại cho bạn kiến thức, tay nghề, kinh nghiệm quý báu cùng cơ hội trưởng thành và phát triển, đương nhiên cùng với cơ hội sẽ là tài sản. Trên thực tế, bạn và ông chủ đều giành được thắng lợi từ sự chăm chỉ, cần cù.

Một Tổng giám đốc doanh nghiệp cho rằng: Nhân viên xuất sắc cần chăm chỉ, chịu thương chịu khó, một số nhân viên trẻ bây giờ, khi vừa vào làm việc tại doanh nghiệp thì quyết tâm rất lớn, nhưng sau cùng luôn có một bộ phận bị đào thải, một bộ phận nhân viên khác lại trở thành cao thủ

trên các cương vị làm việc. Tại sao? Mấu chốt là do số nhân viên bị đào thải thiếu tinh thần chịu khó chịu khổ. Công việc rõ ràng rất vất vả, nhưng cuộc sống tươi đẹp được vun đắp từ hai bàn tay lao động của chúng ta.

Rất nhiều người có ý nghĩ, ông chủ quá hà khắc, không đáng để nhân viên chăm chỉ làm việc vì ông ta, nhưng họ đã bỏ qua một đạo lý: bóng râm, mây đen trong công việc sẽ làm cho ông chủ bị thương, nhưng người bị thương nặng nhất lại chính là bản thân họ. Rất nhiều người tốn không biết bao nhiêu công sức để trốn chạy công việc, nhưng lại không muốn cố gắng hoàn thành công việc bằng công sức đó. Họ cho rằng bản thân lừa dối được ông chủ, nhưng thực ra người bị lừa dối lại chính là bản thân họ. Ông chủ có thể không biết hết các biểu hiện của nhân viên hoặc tường tận từng chi tiết công việc của mỗi người, nhưng một quản lý xuất sắc lại biết rất rõ, kết quả cuối cùng mà chăm chỉ mang lại là gì. Có thể khẳng định là, thăng chức và khen thưởng không bao giờ rơi vào những người lười biếng.

Làm việc chăm chỉ là một biểu hiện của tinh thần yêu nghề, trách nhiệm với công việc và sự theo đuổi mục tiêu. Tục ngữ Trung Quốc có câu: “Chỉ cần dày công, thép cũng mài thành kim”. Đầu tư toàn bộ công sức và tình cảm vào công việc mới có thể hoàn thành xuất sắc công việc.

Nếu bạn muốn một việc được hoàn thành nhanh chóng và viên mãn, hãy siêng năng một chút, bận rộn một chút, đừng để lười biếng gặm nhấm tâm hồn bạn. Nếu bạn mãi mãi duy trì được thái độ làm việc chuyên cần, bạn sẽ được người khác khen ngợi và ngưỡng mộ, cũng sẽ chiếm được cảm tình, sự trọng dụng của ông chủ.

5. TIẾT KIỆM

Tiết kiệm tài nguyên, hạ nhu cầu của giá thành là tố chất và văn hóa cơ bản cần có của một doanh nghiệp hiện đại.

Nhà văn Pháp Dumas từng khái quát rất chính xác: “Tiết kiệm là tài sản của người nghèo, là trí tuệ của người giàu. Tiết kiệm là khởi điểm thật sự của tất cả tài sản dù to hay nhỏ trên đời”.

Bill Gates đề cao tiết kiệm, đồng thời cũng là một người cực kỳ tiết kiệm. Có một lần, ông đến Đài Loan thuyết giảng, sau khi xuống máy bay liền bảo nhân viên đi cùng đến khách sạn đặt một phòng tiêu chuẩn giá rẻ. Sau khi biết chuyện, nhiều người tự hỏi vì sao. Trong buổi diễn thuyết, có người trực diện hỏi ông câu hỏi về việc này: “Ông đã là người giàu nhất thế giới rồi, tại sao lại phải đặt phòng tiêu chuẩn? Tại sao không ở phòng Tổng thống?”.

Bill Gates trả lời: “Mặc dù mai tôi mới rời khỏi Đài Loan, đêm nay phải ở khách sạn, nhưng lịch hẹn của tôi đã xếp kín đặc, vì thế thời gian thực tế có thể ở trong phòng khách sạn chỉ là 2 tiếng đồng hồ, tôi hà tất phải lãng phí tiền đặt phòng tổng thống?”.

Một lần khác, Bill Gates và bạn lái xe đến khách sạn Hilton. Đến trước cửa khách sạn, thấy một hàng xe dài đang đợi tìm vị trí đỗ xe, xem ra chỗ đỗ xe rất khan hiếm, trong khi bãi xe VIP bên cạnh lại thừa không ít chỗ. Người bạn kiến nghị đỗ xe sang bãi VIP.

“Nhưng phải mất 12 đô-la Mỹ, không rẻ chút nào”. Bill Gates nói.

“Tôi sẽ trả”. Người bạn khăng khăng trả lời.

“Đây không phải là một ý kiến hay”. Trước sự dứt khoát của Bill Gates, cuối cùng họ vẫn tìm một vị trí đỗ xe bình thường.

Bill Gates làm vậy không phải vì ông “keo kiệt”. Bởi vì những năm qua, ông đã quyên góp vài trăm triệu cho các cơ quan từ thiện, ông chỉ không lãng phí tiền bạc vào những việc không cần thiết.

Tiết kiệm bắt đầu từ tiết kiệm giá thành

Bất luận công ty to hay nhỏ, giàu hay nghèo, đều cần tiết kiệm khi sử dụng đồ công. Nhân viên đi công tác cũng tuyệt đối không được lãng phí. Tiết kiệm một hào có nghĩa là giúp công ty kiếm thêm một hào. Giống như Franklin nói: “Chú ý từng lần chi trả nhỏ, lỗ hổng nhỏ cũng có thể làm đắm thuyền”. Vì thế, một đồng không nên lãng phí thì không được lãng phí.

Trên thực tế, một người có ý thức giá thành luôn luôn đảm bảo lợi ích công ty mới là người ông chủ muốn tiếp nhận.

Tăng Thao và Hạ Vũ tham gia dự tuyển vào một công ty, bao nhiêu vất vả trong các vòng thi đã qua, họ bước vào vòng phỏng vấn. Tổng giám đốc công ty tuyển dụng giao cho Tăng Thao nhiệm vụ là đến một trung tâm thương mại chỉ định trước mua một tá bút chì. Trung tâm thương mại chỉ cách công ty một bến xe buýt, Tổng giám đốc gợi ý anh đi xe buýt, tự mình mua vé, về công ty thanh toán.

Một lúc sau, Tổng giám đốc dường như quên việc vừa rồi, lại phân công Hạ Vũ đi mua một lọ mực cũng tại trung tâm thương mại đó.

Hai người họ lần lượt trở về.

Báo cáo tài chính trước Tổng giám đốc, Tăng Thao ngoài tiền mua bút chì, còn 2 Nhân dân tệ tiền đi lại. Hạ Vũ ngoài tiền mua mực, còn 4 tệ tiền xe.

Hoá ra, lúc đó đang là mùa hè, thời tiết vô cùng nóng bức, Tăng Thao ngồi xe buýt không điều hòa nên giá vé chỉ là 1 nhân dân tệ. Còn Hạ Vũ lại chọn ngồi xe điều hòa nhằm làm dịu cơn nóng trong người, vì thế hễ lên xe sẽ mất 2 nhân dân tệ. Tiền xe của Tăng Thao và Hạ Vũ vì thế không giống nhau.

Lẽ dĩ nhiên, Tăng Thao được công ty tuyển dụng. Tổng Giám đốc nói với họ rằng, người có ý thức giá thành, biết tiết kiệm cho công ty mới có thể kiếm tiền cho công ty trong tương lai.

Hơn nữa, tất cả những gì kể trên mặc dù chỉ phản ánh qua chi tiết nhỏ, nhưng qua những việc nhỏ này, ông chủ lại có thể nhìn ra bạn liệu có phải là người có ý thức giá thành hay không, và còn biết bạn có phải là người nghĩ cho công ty hay không. Một người luôn nghĩ cho công ty từ những việc nhỏ nhất chắc chắn có thể nghĩ cho công ty nhiều hơn trên lĩnh vực của mình, người như vậy đương nhiên cũng là người có thể kiếm tiền cho công ty.

Thế kỷ 19, tập đoàn dầu mỏ lớn tương đối nhiều, nhưng cuối cùng chỉ có một mình Rockefeller vượt lên dẫn đầu, thành công của ông không tự nhiên mà có. Chuyên gia hữu quan khi phân tích con đường làm giàu của ông phát hiện, tính toán cẩn thận, kỹ lưỡng là nguyên nhân chủ yếu đưa đến thành công của ông.

Công việc đầu tiên sau khi Rockefeller bước chân vào xã hội là làm nhân viên kế toán cho một công ty có tên Hugh Wei Ted. Công việc này đặt nền móng tốt cho sự nghiệp của ông. Do cần mẫn, nghiêm túc, cẩn thận, ông không chỉ làm đâu ra đấy công việc trong chức trách mà còn vài lần tìm ra lỗi sai trên hóa đơn gửi cho ngân hàng, giúp công ty tiết kiệm một khoản chi không nhỏ, vì thế rất được ông chủ ngợi khen.

Sau này, khi đã có công ty của riêng mình, Rockefeller càng chú trọng tiết kiệm giá thành, yêu cầu giá thành tinh lọc mỗi gallon dầu thô phải được tính đến 3 con số sau dấu phẩy. Mỗi buổi sáng đến công ty, ông đều yêu cầu các phòng ban trong công ty trình lên một bảng báo giá hữu quan.

Hoạt động trong thương trường nhiều năm, Rockefeller có thể đọc chính xác số liệu về chi trả cho giá thành, tiêu thụ cũng như lợi nhuận, thiệt hại được trình lên và có thể tìm ra vấn đề trong các bảng báo cáo, coi đó là câu hỏi đặt ra cho các phòng ban.

Năm 1879, ông chất vấn một giám đốc nhà máy lọc dầu: “Tại sao các anh lọc một gallon dầu thô phải tốn 1 đồng 8 hào 2 xu, trong khi một nhà máy lọc dầu khác ở miền đông cũng làm công việc như vậy chỉ mất 9 hào 2 xu?”. Rocke- feller cũng không bỏ qua những nắp thùng dầu có giá trị cực nhỏ, ông từng viết trong thư:

“... Trong báo cáo tháng trước của anh có 1.119 chiếc nắp, đầu tháng này đưa đến cho nhà máy anh 10.000 chiếc, tháng này nhà máy sử dụng 9.527 chiếc, vậy mà anh báo cáo còn dư 912 chiếc, vậy 680 chiếc khác đi đâu rồi?”.

Trong cuộc sống thực tế, một số nhân viên không có ý thức giá thành, làm lãng phí không biết bao nhiêu tài sản công ty, làm cho công ty phải gánh chịu thiệt hại không cần thiết, dĩ nhiên cũng làm cho chi trả của công ty tăng lên rõ rệt, giá thành bị đội lên nhiều.

Hiện nay, một số công ty đề xướng: Tiết kiệm từng đồng, từng phút, từng trang giấy, từng số điện, từng giọt nước, từng giọt dầu, từng hòn than, từng gam nguyên liệu.

Tiết kiệm là truyền thống tốt đẹp của dân tộc ta, là sự thể hiện “yêu công ty như nhà mình” của nhân viên, là yêu cầu cơ bản của doanh nghiệp đối với nhân viên, đồng thời cũng là nhu cầu khách quan để doanh nghiệp sinh tồn và phát triển trong cạnh tranh.

Hình thành thói quen tiết kiệm

Rất nhiều công ty có yêu cầu nghiêm khắc trong sử dụng giấy. Ví như: Đặt ba chiếc hộp bên cạnh máy in và máy phô-tô, một hộp là giấy mới, một hộp là giấy đã sử dụng một mặt có thể tái sử dụng trong nhiều trường hợp, hộp còn lại là giấy đã sử dụng cả hai mặt, chờ tiêu hủy. Nếu giấy đã dùng qua một mặt không tiện sử dụng lại cho máy in và máy phô-tô, có thể đóng gáy thành giấy nháp, hoặc dùng để dán hoá đơn khi làm báo cáo tài vụ, tóm lại, nếu có thể tận dụng thì không được tùy tiện vứt đi.

Trong thời gian nghỉ trưa hoặc lúc văn phòng không có người trong thời gian dài, phải tự giác tắt đèn và màn hình máy tính.

Có công ty quy định chỉ dùng cốc một lần để mời khách. Khi họp công ty, thường xuyên nhìn thấy những chiếc cốc giấy dành cho khách mời, còn bên cạnh nhân viên công ty là những chiếc cốc sứ hoặc thủy tinh đủ phong cách. Đây là nhờ sáng kiện đề xướng tiết kiệm bảo vệ môi trường của rất nhiều công ty.

Trong một cơ quan tài chính có hiệu quả kinh tế tương đối khá, một hôm chủ công ty bảo thư ký công bố trong toàn công ty, tất cả giấy đều phải dùng hết hai mặt mới có thể vứt đi. Bề ngoài tưởng chừng ông chủ rất keo kiệt, chỉ vì một trang giấy mà phải ra quyết định, nhưng thực ra ông làm như vậy là có lý riêng, ông nói: “Nhân viên hành chính và thư ký làm vậy có thể giúp công ty giảm thiểu không ít chi trả. Ngoài ra, còn có thể vun trồng, bồi dưỡng ý thức tiết kiệm cho nhân viên”.

Bắt đầu từ việc nhỏ, bắt đầu từ bản thân mình. Mục đích ông chủ làm vậy là muốn nhân viên hình thành một khái niệm tuy giản đơn nhưng vô cùng quan trọng, đó là mỗi thành viên của công ty đều có trách nhiệm dốc sức giúp công ty kiếm tiền. Hễ nhân viên có tính tiết kiệm và quen với việc tiết kiệm, nhất định sẽ thấy hiệu quả.

6. NHIỆT TÌNH

Trong các giá trị quan của Microsoft, làm việc nhiệt tình là một điều rất quan trọng. Lãnh đạo công ty đòi hỏi nhân viên hàng ngày cần làm việc với bầu nhiệt huyết cao và tin tưởng kiên định rằng, mỗi cố gắng nhỏ của bản thân đều sẽ là đóng góp cho sự phát triển của sự nghiệp khoa học kỹ thuật, có ảnh hưởng tích cực đối với cuộc sống của hàng tỷ người.

Phát biểu với phóng viên, quan chức phụ trách tuyển dụng của Microsoft nói: "Chúng tôi muốn tuyển trước tiên là một người rất nhiệt tình; nhiệt tình với công ty, nhiệt tình với công nghệ, nhiệt tình với công việc. Có thể trên một cương vị cụ thể, bạn sẽ cảm thấy lạ, tại sao lại tuyển một người như thế, anh ta không quá giỏi trong lĩnh vực này, cũng không có nhiều kinh nghiệm, nhưng anh ta nhiệt tình, sau khi nói chuyện với anh ấy, bạn sẽ cảm động, muốn cho anh ấy một cơ hội".

Microsoft giỏi tuyển dụng và sử dụng "người mới" vừa tốt nghiệp đại học, họ chiếm hơn 80% tổng số nhân viên được tuyển. Nguyên nhân chủ yếu là do họ có nhiệt tình cao trong công việc, giỏi nắm bắt kiến thức mới, nhạy cảm với vấn đề, có thể phát hiện quan hệ giữa các lĩnh vực kiến thức khác nhau, gánh nặng và áp lực ít, dễ kích thích nhiệt tình với công việc, phát huy tiềm năng của bản thân.

Nhiệt tình, hết mình với công việc, yêu công việc là một tình cảm dạt dào, một thái độ tích cực tiến lên, càng là một tinh thần cao thượng đáng quý.

Emerson từng nói: "Từ xưa đến nay, không có sự nghiệp vĩ đại nào có thể thành công nếu không có sự nhiệt tình".

Không ai muốn làm bạn, làm đồng nghiệp với một người suốt ngày ủ ê, không có tinh thần làm việc, không ông chủ nào muốn cất nhắc, đề bạt một cấp dưới không nhiệt tình. Nhiệt tình là một vòng tròn không thể thiếu để tác thành sự nghiệp. Một người nhiệt tình, cho dù làm nhân viên vệ sinh hay giám đốc công ty, đều sẽ cho rằng công việc của mình là một thiên chức thiêng liêng và luôn có hứng thú với công việc.

Nhiệt tình làm việc là tiền đề tác thành tất cả mọi công việc, sự nghiệp thành công hay không luôn được quyết định bởi quyết tâm và thái độ làm việc nhiệt tình, hết mình. Trước công việc, có một quyết tâm phải thành công và lòng nhiệt tình tràn đầy sẽ đẩy lùi khó khăn, trắc trở, cuối cùng sẽ đạt được thành tích tốt trong công việc.

Coi công việc là một thú vui

Bill Gates nói: "Mỗi sáng thức dậy, hễ nghĩ đến công việc mình làm và công nghệ mình khai thác sẽ mang lại cho cuộc sống nhân loại ảnh hưởng và sự thay đổi to lớn, tôi liền hưng phấn, xúc động khó có thể diễn tả hết bằng lời". Câu nói này đủ giải thích sự nhiệt tình vô biên của Bill Gates đối với công việc, ông quen coi công việc là một thú vui. Với ông, một người có thành tựu trong sự nghiệp, tố chất quan trọng nhất là luôn tràn đầy nhiệt tình. Khi bạn coi công việc là một thú vui, bạn sẽ có hứng thú với công việc, sẽ yêu thích công việc của mình.

Một phóng viên Mỹ đến thực hiện phỏng vấn tại một bộ lạc người da đỏ ở Mexico vào đúng ngày chợ phiên. Người địa phương đều mang những sản phẩm tốt nhất, đẹp nhất của mình ra chợ để trao đổi. Phóng viên nhìn thấy một bà cụ đang bán chanh, 5 hào Mỹ một quả. Rõ ràng việc buôn bán của bà không được tốt lắm, cả buổi sáng không bán được mấy quả. Phóng viên động lòng trắc ẩn, định mua toàn bộ số chanh của bà cụ, để giúp bà cụ có thể "vui vẻ về nhà sớm một chút".

Khi anh nói với bà cụ về ý định của mình, câu trả lời của bà cụ làm anh ngạc nhiên tột độ: "Bán hết cho anh? Thế chiều tôi lấy chanh đâu mà bán?".

Giá trị lớn nhất của cuộc đời chính là có hứng thú với công việc. Tuy nhiên, trong công việc, người luôn nhiệt tình, tràn đầy nhiệt huyết với công việc của mình như bà cụ bán chanh lại không nhiều, họ không coi công việc là một niềm vui, mà là một gánh nặng. Vừa tỉnh giấc, việc đầu tiên họ nghĩ trong đầu là: Một ngày vất vả lại bắt đầu rồi... Sau khi đến công ty thì phờ phạc, lừ đừ bắt đầu công việc của một ngày, khó khăn lắm mới đợi đến hết giờ làm, lập tức trở nên vui tươi. Mỗi khi nói chuyện với bạn bè, không bao giờ quên kêu ca công việc của mình tẻ nhạt đến đâu, vô vị đến đâu. Cuộc sống của họ cứ lặp đi lặp lại như thế.

Công việc là sự thể hiện giá trị của một cá nhân, nên là một việc làm mang lại vui vẻ và hạnh

phúc, chúng ta có lý do gì để coi đó là khổ sai? Có một số người luôn kêu ca bản chất công việc quá khô khan. Tuy nhiên, vấn đề thực tế lại không phải xuất phát từ bản chất công việc mà bắt nguồn từ bản thân họ. Nếu bản thân bạn không thể nhiệt tình với công việc mình làm, thì dù cho bạn làm công việc mình thích, bạn vẫn sẽ cảm giác nó vô cùng tẻ nhạt chỉ sau 1 tháng.

Cựu giám đốc điều hành kinh doanh công ty IBM - Buck Rogers từng nói: “Chúng ta không thể coi công việc là khổ dịch, phải khom lưng thực hiện, mà cần phải tìm thấy nhiều ý nghĩa hơn từ trong công việc”. Chúng ta cần tìm thấy niềm vui, sự nghiêm túc, cảm giác thành công cũng như quan hệ giao tiếp xã hội hài hòa từ trong công việc. Đây là trách nhiệm cần phải gánh vác của mỗi người đi làm.

Cho dù hoàn cảnh của bạn không như mong muốn, bạn cũng không nên chán ghét công việc, sẽ không còn gì tồi tệ hơn nếu bạn để rơi vào tình cảnh đó. Nếu hoàn cảnh buộc bạn phải làm một số việc mà tất cả mọi người đều cho rằng vô vị, nhạt nhẽo, bạn cũng nên tìm cách biến nó trở nên hấp dẫn, thú vị hơn. Làm việc với thái độ tích cực thì dù làm bất cứ việc gì đều rất dễ thu được hiệu quả mong muốn. Công việc không chỉ là công cụ mưu sinh, khi chúng ta coi công việc là một sứ mệnh vui vẻ trong cuộc đời và tràn đầy nhiệt huyết làm việc thì đi làm sẽ không còn nặng nề như đi phục dịch nữa. Làm việc là để cuộc sống vui tươi hơn! Làm việc vui vẻ mà thành công, hợp lý biết bao!

Nhiệt tình là động lực của hành động

Nhiệt tình là sự tự giác của một người nhằm đảm bảo hoàn thành công việc. Cũng giống như xăng và động cơ xe ô-tô, nhiệt tình là động lực của hành động.

Nhiệt tình là một luồng sức mạnh, khi kết hợp với lòng tin sẽ chuyển nghịch cảnh, thất bại và trắc trở thành hành động. Nhiệt tình dẫn đường cho chúng ta hành động, phấn đấu và thành công. Nếu bạn mất đi lòng nhiệt tình thì khó có thể có chỗ đứng hoặc trưởng thành trong công việc. Nhiệt tình là sức mạnh lớn kích thích tiềm năng, chiến thắng tất cả khó khăn. Nhiệt tình giúp bạn duy trì sự tỉnh táo, giúp toàn bộ hệ thống thần kinh trên người đều ở vào trạng thái hưng phấn để làm việc mình khát khao được làm. Nhiệt tình không cho phép bất cứ điều gì cản trở hiện tại hay ảnh hưởng đến mục tiêu tương lai.

Nhờ lòng nhiệt tình, chúng ta có thể biến công việc vô vị, khô khan trở nên sinh động, hấp dẫn, khiến bản thân luôn tràn đầy sức sống, hình thành sự theo đuổi không mệt mỏi trong sự nghiệp. Chúng ta càng có thể có được sự trọng dụng và cất nhắc của ông chủ, giành được cơ hội quý báu để trưởng thành và phát triển.

Chính nhờ sự nhiệt tình, nhân viên bán bảo hiểm nhân thọ nổi tiếng Frank Pine đã lập nên hết kỳ tích này đến kỳ tích khác.

“Khi tôi vừa chuyển vào giới bóng chày chuyên nghiệp chưa được bao lâu thì gặp phải cú sốc lớn nhất trong đời, bởi vì tôi bị sa thải. Động tác của tôi không có sức mạnh, vì thế giám đốc đội bóng có ý muốn tôi rời đi. Ông ta nói với tôi: “Anh chậm chạp như thế này, đâu có giống vận động viên đã chơi bóng chày 20 năm. Frank, sau khi ra đi, dù anh ở đâu, làm bất cứ việc gì, nếu không nhiệt tình, anh mãi mãi không có lối thoát”.

Lương tháng của tôi vốn là 175 đô-la Mỹ, sau khi rời đi, tôi gia nhập đội bóng Yatelansike với mức lương 25 đô-la Mỹ/tháng, lương ít như vậy, tôi đương nhiên chẳng thể có nhiệt tình, nhưng quyết tâm cố gắng một lần xem sao. 10 ngày sau, một thành viên cũ có tên Tennyson giới thiệu tôi đến Xìnan. Ngày đầu tiên ở Xìnan, cuộc đời tôi có bước ngoặt trọng đại. Tôi muốn trở thành vận động viên nhiệt tình nhất nước Anh, và tôi đã thực hiện được mong muốn này.

Hễ vào sân, toàn thân tôi như được nạp điện. Tôi dùng hết sức ném mạnh trái bóng làm cho hai tay người đỡ bóng đều tê dại. Tôi còn nhớ, một lần, tôi xông vào bức tường 3 người với sức mạnh vũ bão, ba cầu thủ làm tường chắn giật mình hoảng sợ, bóng không đỡ được, tôi phá vỡ

tường chắn. Khi đó nhiệt độ cao tới 1000 F, tôi chạy trên sân, rất có khả năng gục xuống vì cảm nắng.

Kết quả do lòng nhiệt tình mang lại khiến tôi ngạc nhiên hết mức, kỹ năng chơi bóng của tôi tuyệt vời ngoài sức tưởng tượng. Đồng thời, nhờ lòng nhiệt tình của tôi, các thành viên khác trong đội cũng nhiệt tình theo. Ngoài ra, tôi không cảm nắng, trong và sau trận đấu, tôi đều chưa bao giờ cảm thấy khỏe như vậy. Sáng hôm sau, lúc đọc báo, tôi hưng phấn đến tột đỉnh. Báo viết: "Cầu thủ mới gia nhập đội bóng không khác gì một đàn trưởng, toàn bộ thành viên trong đội đều bị anh ấy ảnh hưởng, trở nên tràn đầy sức sống, sức chiến đấu, họ không những chiến thắng về tỉ số mà còn làm nên trận đấu hay nhất mùa giải". Nhờ lòng nhiệt tình đối với công việc và sự nghiệp, lương của tôi tăng từ 25 đô-la Mỹ lên 185 đô-la Mỹ, cao gấp gần 7 lần.Trong 2 năm tiếp sau, tôi luôn giữ vai trò cầu thủ lá chắn, lương tháng tăng gấp 30 lần lúc đầu. Tại sao? Đó chính là nhờ lòng nhiệt tình, không còn nguyên nhân gì khác.

Sau này, do cánh tay bị thương, Frank không còn lựa chọn nào khác, đành từ giã sự nghiệp bóng chày. Ông đến làm nhân viên bán bảo hiểm cho công ty bảo hiểm nhân thọ Frederick, nhưng suốt cả một năm đầu không có thành tích gì, ông rất buồn. Rồi ông lại nhiệt tình với công việc như với bóng chày năm nào, rất nhanh đã trở thành nhân vật nổi tiếng trong giới bảo hiểm nhân thọ.

Ông nói: "Tôi bán bảo hiểm đã 30 năm, gặp rất nhiều người, trong đó không ít người có thu nhập tăng theo cấp số nhân nhờ thái độ nhiệt tình với công việc. Nhưng tôi cũng gặp một số người, vì thiếu nhiệt tình mà đi vào ngõ cụt. Tôi tin chắc rằng, thái độ nhiệt tình là yếu tố quan trọng nhất để bán hàng thành công".

Cùng một công việc do bạn đảm nhận, nhiệt tình và không nhiệt tình, hiệu quả khác nhau hoàn toàn. Nhiệt tình khiến bạn tràn đầy sức sống, làm việc có tinh thần, tạo nên nhiều thành tích huy hoàng; không nhiệt tình khiến bạn trở nên lười biếng, lạnh nhạt, thờ ơ với công việc, đương nhiên sẽ càng không có phát minh sáng tạo gì, năng lực tiềm ẩn cũng không được phát huy.

Dù sự nghiệp lớn hay nhỏ, muốn thành công, trước tiên cần nhiệt tình làm việc. Thái độ nhiệt tình là điều kiện bắt buộc để làm bất cứ việc gì. Bất cứ ai, chỉ cần có điều kiện này thì đều có thể thành công. Nhiệt tình có thể làm cho sự nghiệp của bạn lên "như diều gặp gió".

Nhiệt tình còn quan trọng hơn tài năng

Với Bill Gates, phẩm chất quan trọng nhất của một nhân viên là nhiệt tình làm việc, chứ không phải là năng lực hay điều gì khác. Quan niệm này của ông đã trở thành trọng tâm văn hóa của Microsoft, có vai trò làm nền móng để vương quốc Microsoft mặc sức vẫy vùng trong thế giới công nghệ thông tin.

Có thể có người cảm thấy kỳ lạ, nhiệt tình thật sự quan trọng hơn tài năng? Người không có tài cán gì thì làm được gì? Thực ra, chỉ cần chúng ta phân tích một chút sẽ hiểu ngay đạo lý này. Một người có tài, nếu không nhiệt tình thì không thể làm tốt bất cứ việc gì. Còn một người tràn đầy nhiệt huyết lại có thể làm tốt từng công việc có thể làm.

Lý luận của nhà kinh tế học người Mỹ Robbins là: Giá trị của con người = khả năng vốn có của bản thân x nhiệt tình trong công việc x năng lực làm việc.

Một người nếu không nhiệt tình làm việc thì giá trị của anh ta bằng 0. Người không có nhiệt tình trong công việc nhất định sẽ làm qua loa, bừa bãi, suốt ngày chỉ đợi đến giờ nghỉ, tránh kiểm tra, đợi giờ cơm, đợi tiền lương… Làm việc nhiệt tình là tiền đề và cơ sở của năng lực làm việc, nhiệt tình có thể thúc đẩy nâng cao năng lực làm việc. Có lòng nhiệt tình trong công việc mới làm phong phú thành quả lao động, mới có thể chứng minh năng lực làm việc. Nếu không nhiệt tình, suốt ngày chỉ sống cho qua ngày đoạn tháng, bạn sẽ chỉ ngày càng chìm xuống sâu hơn.

Konosuke Matsushita được tôn là "thần kinh doanh" luôn hết sức coi trọng vai trò, tác dụng

của lòng nhiệt tình. Ông nói: "Nhiệt tình chiến thắng tài năng; công ty có càng nhiều người có trách nhiệm cao, càng có khả năng phát triển. Tôi mong cán bộ, nhân viên công ty Panasonic đều là người có trách nhiệm cao. Bất luận tài giỏi đến đâu, sở hữu vốn kiến thức rộng bao nhiêu, nếu thiếu "nhiệt tình" thì chẳng khác gì chỉ nói mà không làm, mọi sự khó thành. Ngược lại, nếu năng lực có đôi phần yếu kém, tài năng không nổi bật, nhưng lại phấn đấu hết mình, tràn đầy nhiệt huyết, giống như "cần cù bù thông minh" thì chắc chắn có thể làm ra thành tích rất tốt.

Edward Victor Appleton là một nhà vật lý vĩ đại, từng giúp đỡ phát minh ra-đa và điện báo không dây, cũng từng đoạt giải Nobel. Tạp chí thời đại từng dẫn lời ông: "Tôi cho rằng, một người muốn có thành tựu trong nghiên cứu khoa học, thái độ nhiệt tình luôn quan trọng hơn kiến thức chuyên môn nhiều lần". Câu nói này của ông nhắc nhở và gợi ý cho chúng ta nhiều điều.

Chúng ta thường nhìn thấy một số người năng lực không bằng chúng ta nhưng lại đạt được thành công rực rỡ trong sự nghiệp. Họ thành công như vậy là nhờ đâu? Chính là nhờ lòng nhiệt tình.

Cựu tổng giám đốc công ty đường sắt trung ương NewYork - William Fred Rick từng nói: "Càng nhiều tuổi tôi càng chắc chắn một điều, nhiệt tình là bí quyết thành công. Sự hơn kém về công nghệ, năng lực và trí tuệ giữa người thành công và người thất bại thường không quá nhiều, nhưng nếu hai người không phân biệt cao thấp trên các mặt, thì người nhiệt tình càng có thể đạt được những gì mình mong muốn. Một người hơi yếu về năng lực nhưng nhiệt tình, thường sẽ chiến thắng người có tài năng nhưng thiếu nhiệt tình".

Nếu nói thành công được quyết định bởi tài năng, chi bằng nói là thành công được quyết định bởi lòng nhiệt tình. Nhiệt tình khiến cơ thể chúng ta càng thêm sinh lực; nhiệt tình làm cho ý chí của chúng ta càng thêm kiên cường. Đừng sợ nhiệt tình, đừng ngại nhiệt tình, nếu có người nói bạn là phần tử cuồng nhiệt thì hãy mặc cho họ nói thoả thích. Nhiệt tình khiến bạn mãi trẻ trung, làm cho tâm hồn bạn luôn rạng ngời nồng ấm như có ánh mặt trời chiếu rọi. Chúng ta hãy khắc ghi: "Lấy tất cả những gì có thể để đổi lấy bầu nhiệt huyết tràn đầy trong công việc".

7. YÊU NGHỀ

Bản thân Bill Gates là một người rất yêu nghề. Ông cho rằng, điều mấu chốt để một nhân viên phát triển được trong công ty là anh ta có nghiêm túc trong công việc hay không. Năng lực không phải là quan trọng nhất, chỉ cần có tinh thần yêu nghề, năng lực sẽ được nâng cao.

Bất kỳ công ty nào muốn thắng trong cạnh tranh đều phải nghĩ cách làm cho tất cả các nhân viên yêu nghề, yêu công việc của mình. Nhân viên không yêu nghề thì không thể mang đến cho khách hàng dịch vụ có chất lượng cao, cũng có nghĩa là không thể giúp công ty chiến thắng trong cạnh tranh thị trường. Chúng ta thường thấy trong thông báo tuyển nhân viên, các công ty đều yêu cầu thí sinh tham gia dự tuyển có tinh thần yêu nghề. Ngày nay, tinh thần yêu nghề được coi trọng hơn bất cứ lúc nào.

Trong công việc hiện đại, một nhân viên thành công hay không đều quyết định bởi mức độ yêu nghề của họ.

Vậy thế nào là yêu nghề?

Yêu nghề chính là coi trọng và tôn trọng công việc của mình, coi công việc quan trọng như tính mạng, vì thế toàn tâm toàn sức vì công việc. Biểu hiện của yêu nghề là làm nghề nào yêu nghề đó, thái độ nghiêm túc, có trách nhiệm, không một chút lơ là, dù phải đầu tư, trả giá nhiều hơn cũng cam tâm tình nguyện, có thể khắc phục mọi khó khăn, duy trì từ đầu đến cuối.

Nhân viên yêu nghề làm việc không chỉ vì có thể ăn nói với ông chủ, mà quan trọng hơn là vì, họ coi yêu nghề là một sứ mệnh, là một đạo đức nghề nghiệp mỗi người đi làm đều cần có. Nếu bạn

là người yêu nghề và coi yêu nghề như một thói quen thường nhật, bạn sẽ có lợi cả đời.

Yêu nghề là một sứ mệnh thiêng liêng

Trong cuộc sống, chúng ta thường thấy một số nhân viên tỏ ra lười biếng, không có trách nhiệm trong công việc, căn bản là không có tinh thần yêu nghề, càng không coi yêu nghề là một sứ mệnh thiêng liêng. Những nhân viên không có tinh thần yêu nghề này rất khó thành công, còn những nhân viên yêu nghề sẽ làm việc nghiêm túc, cẩn thận và có đầu có cuối.

Một công ty phải cắt giảm nhân viên, trong danh sách cắt giảm có tên Lý Sáng và Dương Yến, nhân viên văn phòng của Ban hậu cần. Công ty quy định sẽ cho họ nghỉ việc sau 1 tháng nữa. Hôm đó, sau khi biết tin, đồng nghiệp đều trở nên cẩn trọng hơn khi gặp họ, càng không dám nói chuyện với họ.

Ngày hôm sau, khi đi làm, Lý Sáng hầm hầm rất khó chịu, mạnh tay mạnh chân mỗi lần cầm cốc lên, đặt cốc xuống, trút hết bực mình lên những đồ vật vô tri như tập văn bản hay ngăn kéo. Ai nói chuyện với cô thì như đang ôm bịch thuốc nổ trên người. Vì thế, những công việc văn phòng vốn do Lý Sáng đảm nhiệm như đặt cơm hộp, gửi, nhận văn bản, nhận, phát thư nay đều không ai đề cập đến. Hơn nữa, cô thường xuyên đến muộn, về sớm, việc gì có thể bỏ qua liền bỏ qua. Cô nghĩ, dù sao thì cũng bị sa thải, làm tốt hay không tốt đều như nhau.

Còn Dương Yến, sau khi danh sách cắt giảm biên chế được công bố, cô đã khóc cả buổi tối, ngày hôm sau đi làm trông cũng rất ủ rũ, buồn bã, nhưng sau khi mở máy tính, kéo bàn phím ra, cô vẫn làm việc như bình thường. Thấy mọi người ngại không nói chuyện hay phân công công việc cho mình, cô đã chủ động chào và bắt chuyện với đồng nghiệp. Cô nói: “Nếu là phúc thì có chạy cũng không thoát, nếu là họa thì có trốn cũng không được, dù sao thì chuyện cũng đã rồi, chi bằng làm tốt tháng cuối cùng, sau này có muốn làm, e cũng chẳng còn cơ hội”. Dương Yến dần lấy lại thăng bằng, tâm trạng thanh thản hơn, cô vẫn chăm chỉ đánh máy, phô-tô văn bản, có mặt ngay khi được gọi, kiên trì làm tốt công việc thuộc cương vị của mình.

Hết một tháng, Lý Sáng rời khỏi công ty như đã định trước, còn tên Dương Yến lại được xóa khỏi danh sách cắt giảm biên chế và ở lại tiếp tục làm việc trong công ty. Bởi khi đó, trưởng phòng đã gửi báo cáo cho giám đốc với nội dung: “Không ai có thể thay thế vị trí của Dương Yến, công ty không bao giờ sa thải nhân viên yêu nghề như Dương Yến”.

Một nhân viên yêu nghề và không yêu nghề hoàn toàn khác nhau, nhân viên không yêu nghề sẽ không được đề bạt và trọng dụng, công việc cũng không có thành tích gì đáng kể. Còn nhân viên yêu nghề luôn tích cực chủ động làm việc và cảm nhận được niềm vui từ công việc, nhờ đó đạt được nhiều kinh nghiệm quý báu và thành tựu lớn lao.

Làm tốt công việc trong tay mới có kết quả hoàn mỹ

Một người dù làm công việc gì đều nên hết mình, cố gắng ở mức lớn nhất để không ngừng tiến bộ. Đây không những là nguyên tắc làm việc mà còn là nguyên tắc trong cuộc sống.

Hễ có việc trong tay, người nhân viên đều cần cố gắng hết mình thực hiện công việc đến cùng. Cho dù bạn có lý tưởng, mơ ước được làm việc trong những công việc, ngành nghề tốt hơn, nhưng đối với công việc trong tay, nhất định cũng cần đón nhận với thái độ vui vẻ, nhã nhặn và hoàn thành với tác phong nghiêm túc, chân thành. Vì thế không những cần “yêu nghề nào làm nghề đó”, mà còn cần “làm nghề nào, yêu nghề đó”.

Ở một trường học, một cụ bà tóc đã hoa râm, công việc của bà là kéo chuông báo hiệu giờ học bắt đầu hay kết thúc, bà đã làm công việc này trong 30 năm. Trong thời gian 30 năm, ngôi trường đã tiễn hết thế hệ học sinh này đến thế hệ học sinh khác ra trường, trong mắt học sinh, bà cụ từ “cô nhân viên” trở thành “bà nhân viên”, bà chưa từng báo hiệu sai giờ, cho dù mưa to gió lớn, bà vẫn luôn đảm bảo để tiếng chuông vang lên không muộn một phút một giây.

Khi đã ngoài 70 tuổi, vì lý do tuổi tác, bà không thể tiếp tục công tác ở trường. Ngày bà nghỉ hưu, hiệu trưởng và toàn thể giáo viên, học sinh trong trường đã tiễn bà ra tận cổng. Bà muốn nhà trường tặng bà một đồ vật làm kỷ niệm. Hiệu trưởng nói, nhà trường đã chuẩn bị sẵn một món quà nhỏ, đó là một chiếc áo len. "Không, tôi không cần cái này", bà cụ nói. Nói rồi, từ trong phòng làm việc, bà mang ra một chiếc túi đỏ, bên trong có bọc một chiếc chuông đồng nhà trường đã không dùng từ lâu. Bà nói: "Chiếc chuông đồng này đã theo tôi hơn nửa cuộc đời, tôi muốn mang nó về nhà, nhìn thấy nó là tôi có thể nhớ lại những ngày công tác đã qua". Nghe bà cụ nói, tất cả mọi người có mặt đều không cầm được nước mắt. Một nhân viên rất đỗi bình thường đã cho chúng tôi cảm nhận sâu sắc thế nào là "tinh thần yêu nghề".

Lặng lẽ, âm thầm hoàn thành tất cả mọi việc, không kêu ca, không hối hận, bà không những yêu công việc của mình mà còn yêu nghề. Yêu công việc là tiền đề của yêu nghề, yêu nghề là sự thăng hoa của yêu công việc. Nhà triết học La Mã - Seneca nói: "Đúc một thanh bảo kiếm, quan trọng là ở sự sắc nhọn và độ cứng của kiếm chứ không phải là vẻ bề ngoài hào nhoáng. Tương tự, tôn vinh giá trị của một con người không phải là tiền bạc và tài sản mà là phẩm chất tôn đẹp của họ". Phẩm chất tốt đẹp của một nhân viên là yêu công việc, yêu nghề.

Dù làm việc gì đều không thể làm tốt nếu cứ đứng núi này trông núi nọ, sáng nắng chiều mưa, luôn không hài lòng với cuộc sống, chỉ có đầu tư công sức mới có thành quả. Khi đầu tư và có thành công, bạn sẽ được tận hưởng niềm vui trong cuộc sống.

Yêu nghề có thể đưa bạn đến thành công

Chúng ta phải đối mặt với cạnh tranh ngày một khốc liệt, vì thế có thể nói, tinh thần yêu nghề của một cá nhân, một doanh nghiệp, thậm chí một quốc gia như thế nào sẽ quyết định cá nhân, doanh nghiệp, quốc gia đó có thể trụ vững trong thị trường cạnh tranh hay không. Khi tuyển chọn nhân viên, tất cả các doanh nghiệp đều có một số yêu cầu riêng mang tính đặc thù, nhưng có một điểm chung duy nhất là mong muốn nhân viên của mình là một người có tinh thần yêu nghề.

Tuy nhiên, một số nhân viên không có tinh thần yêu nghề lại nghĩ: Bản thân làm việc là vì ông chủ, kiếm tiền cho ông chủ. Dù sao cũng làm thuê cho người khác, "một ngày đánh cá, hai ngày treo lưới", có thể qua loa thì làm qua loa, công ty thiệt hại cũng không phải gánh trách nhiệm. Tâm lý này không những không tốt cho ông chủ mà còn ảnh hưởng xấu đến chính bản thân họ.

Là một nhân viên yêu nghề, không những cần hoàn thành công việc của bản thân mà còn cần hoàn thành công việc với tinh thần trách nhiệm cao. Nếu bạn hình thành thói quen xấu "không yêu nghề", thành tích của bạn sẽ bị hạn chế, thái độ, cung cách làm việc lề mề, qua loa, không có trách nhiệm của bạn sẽ ăn sâu vào ý thức và tiềm thức của bạn, làm bất cứ việc gì cũng sẽ tùy tiện "làm cho xong". Nếu đến tuổi trung niên vẫn như vậy, bạn sẽ rất dễ lãng phí thời gian, lãng phí cuộc đời. Vì thế, trong thời gian ngắn, "yêu nghề" là vì ông chủ, nhưng sẽ là vì bản thân bạn trong thời gian dài!

Người yêu nghề có thể đúc rút nhiều kinh nghiệm từ trong công việc hơn người khác, những kinh nghiệm đó chính là bàn đạp cho bạn tiến lên. Dù sau này bạn đổi chỗ làm, đổi ngành nghề, tinh thần yêu nghề cũng sẽ giúp bạn rất nhiều. Vì thế, người biến tinh thần yêu nghề thành thói quen dễ thành công dù làm bất kỳ công việc gì.

Sau khi tốt nghiệp đại học, Lưu Cơ được phân công đến một viện nghiên cứu, trong viện nghiên cứu có rất nhiều tiến sỹ, tuy nhiên, rất nhiều người trong số họ không yêu nghề, không nghiêm túc trong công việc thuộc bổn phận, chức trách của mình, nếu không chơi cũng "chân trong chân ngoài", sống những ngày "được chăng hay chớ" trong viện.

Lưu Cơ không học theo những "tấm gương mờ" đó mà làm việc một cách chắc chắn, chịu khó chịu khổ. Nhờ cố gắng, chỉ một năm sau Lưu Cơ đã trở thành "trụ cột chính" của viện; năm thứ hai được đề bạt làm Phó viện trưởng. Viện trưởng tuổi đã cao, vị trí viện trưởng đang đợi Lưu Cơ gánh vác.

Đứng giữa nhóm người không yêu nghề, một nhân viên yêu nghề tự nhiên sẽ trở nên nổi bật như "công đứng với đàn gà", đương nhiên sẽ thu hút được sự chú ý, quan tâm của mọi người, sẽ được ông chủ trọng dụng và đề bạt. Bất luận bạn làm việc trong ngành nghề gì, chỉ có yêu nghề mới có thể khiến bạn nổi bật trong lĩnh vực của mình, mới có thể thực hiện giá trị nhân sinh của bản thân.

8. CÓ TRÁCH NHIỆM

Microsoft là một công ty rất chú trọng bồi dưỡng tinh thần trách nhiệm cho nhân viên. Khi tuyển nhân viên, họ thường đặt một số câu hỏi kiểm tra xem thí sinh dự thi có trách nhiệm hay không. Bill Gates nói: "Con người có thể không vĩ đại, nhưng không thể không có trách nhiệm". Dường như tất cả các doanh nghiệp khi tuyển nhân viên đều đưa ra yêu cầu "tinh thần trách nhiệm cao", tinh thần trách nhiệm là một tiêu chuẩn quan trọng để tuyển dụng nhân viên.

Có người nói, một giọt nước có thể phát ra ánh sáng của toàn bộ mặt trời, một việc nhỏ có thể phản ánh toàn bộ thế giới nội tâm của con người. Một nhân viên có trách nhiệm hay không, có nhiệt tình hay không, có yêu doanh nghiệp của mình hay không, không chỉ thể hiện ở những việc lớn, mà còn thể hiện ngay ở những công việc nhỏ bé, chi tiết.

Một công ty tuyển nhân viên quản lý, có không ít người đến tham gia dự tuyển, ai trông cũng rất xuất sắc, thậm chí có phần lão luyện trong nghề. Từng người bước vào rồi lại bước ra khỏi phòng phỏng vấn, xem ra ai cũng rất tự tin. Câu hỏi phỏng vấn duy nhất chỉ yêu cầu trình bày lý giải về trách nhiệm. Đối với câu hỏi này, rất nhiều người cho rằng quá đơn giản đến nỗi không gì đơn giản hơn.

Tuy nhiên, kết quả lại nằm ngoài dự đoán của tất cả mọi người, không có ai trúng tuyển, lẽ nào công ty này cố ý không muốn tuyển người?

"Thực ra chúng tôi rất tiếc, chúng tôi rất ngưỡng mộ tài hoa của các bạn, các bạn đã phân tích câu hỏi từ nông đến sâu, rất logic, trình bày lưu loát, súc tích, khiến người chấm thi rất hài lòng. Nhưng lần thi tuyển này của chúng tôi không chỉ có một câu hỏi, mà là hai câu hỏi, đáng tiếc là, không có ai trong các bạn trả lời câu hỏi còn lại".

Mọi người ồ lên đầy ngạc nhiên: "Còn một câu hỏi nữa?". "Đúng vậy, vẫn còn một câu hỏi nữa, các bạn có nhìn thấy tờ giấy nằm ở góc cửa không? Có người bước qua nó, có người thậm chí còn dùng chân đá nó vào sâu hơn, nhưng không có ai nhặt nó lên".

"Có ý thức, lý giải sâu sắc về tinh thần trách nhiệm không bằng làm một việc nhỏ thể hiện là người có trách nhiệm, sự thể hiện bằng hành động quan trọng hơn nhiều, càng thể hiện rõ trách nhiệm của bạn".

Một nhân viên không có trách nhiệm sẽ không phải là một nhân viên xuất sắc, mỗi ông chủ đều biết rõ bản thân cần nhân viên như thế nào, cho dù bạn là một nhân viên bình thường làm công việc rất đỗi bình thường, chỉ cần bạn gánh vác được trách nhiệm thì bạn chính là nhân viên ông chủ cần nhất.

Trách nhiệm đảm bảo tất cả

Một người có trách nhiệm hay không sẽ thể hiện ở những công việc lớn lao, càng thể hiện trong những công việc nhỏ bé. Một người không muốn chịu trách nhiệm ngay trong từng việc nhỏ thì sao có thể dám gánh vác trách nhiệm trước công việc lớn? Một nhân viên không cẩn thận, qua loa, cuống quýt trong công việc sao có thể hoàn thành viên mãn nhiệm vụ được giao?

Nếu một y tá không may truyền nước hoa quả cho bệnh nhân mắc bệnh đái đường, hậu quả sẽ ra sao? Nếu một người thợ đất sét sơ ý tạo nên một khối đất sét không đủ tiêu chuẩn trong quá

trình thao tác, mà một công ty xây dựng lại đang chuẩn bị dùng khối đất sét này làm nguyên liệu xây dựng, ai có thể biết sự bất cẩn nhỏ của anh ta sẽ gây ra tai nạn lớn đến mức nào? Một nhân viên tài vụ nếu không cẩn thận gửi tiền nhầm vào số tài khoản khác, công ty sẽ chịu thiệt hại bao nhiêu?

Một thương nhân San Francisco gửi điện báo giá cho một thương nhân Sacramento: "10 nghìn tấn lúa mạch, mỗi tấn 400 đô-la Mỹ. Giá cả cao hay thấp? Mua hay không mua?". Người thương nhân Sacramento cảm thấy giá cả không hợp lý, không muốn mua nên đã trả lời: "Không. Quá cao". Nhưng điện báo lại bỏ sót dấu chấm, biến thành "không quá cao". Kết quả, ông bị thiệt hại hàng nghìn đôla Mỹ chỉ trong nháy mắt.

"Không cẩn thận, tắc trách, lười biếng, hồ đồ" đều là những biểu hiện của người không có trách nhiệm trong công việc. Rất nhiều người như vậy, như nhân viên xuất nhập hàng, biên tập viên, kỹ sư công trình, thậm chí giáo sư đại học, mất việc làm chính vì tác phong làm việc thiếu trách nhiệm, qua loa, không cẩn thận.

Là một nhân viên, nhất định phải đảm bảo hoàn thành công việc với chất lượng tốt. Đừng cho rằng bản thân không làm sẽ có người khác làm thay; cũng đừng cho rằng thiếu trách nhiệm một chút cũng chẳng bị ai phát hiện, hoặc chẳng có ảnh hưởng gì đến doanh nghiệp; cũng không nên chỉ chú ý về lượng mà không lưu ý về chất, hoàn thành số lượng nhiệm vụ công việc một cách qua quýt, hoặc nghĩ việc này không thuộc phạm vi chức trách của mình, việc gì phải lo lắng. Nếu luôn có những ý nghĩ như vậy thường trực trong đầu thì dù điều kiện làm việc tốt đến đâu, khả năng thành công của bạn cũng rất thấp. Hơn nữa, thái độ không có trách nhiệm này bất cứ lúc nào cũng có khả năng gây ra thiệt hại không thể lường trước cho công ty.

Một nhân viên bình thường của cơ quan đo lường nghi ngờ độ chuẩn xác của cân đo nên đã sửa lại. Tinh thần trách nhiệm cao độ của anh đã cứu công ty khỏi thiệt hại lớn.

Có người nói "trách nhiệm đảm bảo tất cả", đúng như vậy, trách nhiệm bảo đảm danh dự, bảo đảm dịch vụ, bảo đảm lòng yêu nghề, bảo đảm sáng tạo..., bảo đảm sức cạnh tranh của doanh nghiệp.

Cho dù làm việc gì trong công ty, bạn nhất định phải nghiêm túc, không được lơ là trong công việc. Đây là trách nhiệm của bạn.

Trách nhiệm xuất phát từ đáy lòng

Nhân viên có trách nhiệm cao không những chiếm được lòng tin của ông chủ, mà còn đặt nền móng nhân cách vững chắc cho sự nghiệp thành công trong tương lai. Giả sử bạn là một nhân viên có trách nhiệm cao, từng giờ từng phút luôn suy nghĩ làm thế nào mới có thể duy trì tốt hơn lợi ích của công ty, tinh thần trách nhiệm này khiến bạn trở thành người đáng tin cậy, cơ hội được giao trọng trách cũng theo đó tăng lên đáng kể. Nếu bạn không có tinh thần trách nhiệm, bạn sẽ không có cơ hội như thế.

Trong phòng phẫu thuật của một bệnh viện lớn, một y tá trẻ lần đầu tiên tham gia kíp mổ. "Bác sỹ, anh đã gắp ra 11 miếng gạc". Cô nói với bác sỹ ngoại khoa, "nhưng chúng ta đã dùng 12 miếng gạc".

"Tôi đã gắp ra hết rồi", bác sỹ trả lời một cách đầy quyết đoán, "giờ chúng ta bắt đầu khâu vết thương thôi".

"Không được", cô y tá kiến nghị, "chúng ta đã dùng tổng cộng 12 miếng gạc".

"Tôi phụ trách là được rồi!". Bác sỹ ngoại khoa nghiêm giọng nói: "Khâu!".

"Bác sỹ không nên làm như vậy!". Cô y tá hét lên đầy xúc động, "anh phải có trách nhiệm với bệnh nhân chứ!".

Bác sỹ mỉm cười, giơ tay lên cho cô y tá thấy miếng gạc thứ 12: "Cô là một y tá tốt!". Bác sỹ nói. Bác sỹ đang kiểm tra cô y tá có phải là người có trách nhiệm hay không.

Trong suy nghĩ của một số nhân viên, chỉ một số người có quyền lực mới cần có trách nhiệm, còn bản thân chỉ là một nhân viên bình thường, chẳng cần gì đến trách nhiệm. Hễ có sai sót, theo lý thường, người có quyền lực cần đứng ra gánh vác trách nhiệm. Nhân viên có suy nghĩ như thế này, căn bản không ý thức được trách nhiệm của mình.

Doanh nghiệp là một tập thể các cá nhân, mọi người có chung một mục tiêu và lợi ích, vì thế, mỗi thành viên trong doanh nghiệp đều nên có trách nhiệm trước sự sinh tồn và diệt vong, hưng thịnh và suy thoái, thành công và thất bại của doanh nghiệp. Trách nhiệm này không thể thoái thác, cho dù bạn có chức vụ cao hay thấp.

Trong một doanh nghiệp, tinh thần trách nhiệm của nhân viên cao hay thấp có thể quyết định vận mệnh sống còn của một doanh nghiệp. Sự thiếu trách nhiệm của nhân viên luôn trở thành nguyên nhân làm cho doanh nghiệp vận hành không thuận lợi. Và những nhân viên thiếu trách nhiệm, không coi lợi ích của công ty là lợi ích của bản thân, cũng không nghĩ cho công ty, nhân viên như thế bị sa thải chỉ là việc sớm hay muộn.

Bất kỳ lúc nào, tinh thần trách nhiệm là điều không thể thiếu đối với doanh nghiệp. Cần có trách nhiệm từ sâu thẳm đáy lòng, khiến nó trở thành ý thức mạnh mẽ trong trí óc chúng ta, trong hành vi và công việc thường nhật, ý thức trách nhiệm này sẽ khiến chúng ta thể hiện xuất sắc hơn.

Phố Phan Dương thành phố Vũ Hán có một tòa nhà 6 tầng được xây dựng từ năm 1917, người thiết kế tòa nhà này là một kiến trúc sư của một văn phòng thiết kế Anh. Cuối thế kỷ 20 cũng là lúc tòa nhà mang tên "Cảnh Minh Đại lầu" trải qua 80 năm với biết bao biến động thăng trầm. Một ngày, từ nước Anh xa xôi, kiến trúc sư thiết kế tòa nhà gửi đến chủ tòa nhà hiện nay một bức thư, trong thư có viết: "Tòa nhà Cảnh Minh được văn phòng chúng tôi thiết kế năm 1917, thời hạn sử dụng là 80 năm, nay đã quá thời hạn sử dụng, kính mong chủ nhà lưu ý".

Thật là bất ngờ! Tòa nhà được xây dựng cách đây 80 năm, đừng nói là người thiết kế, ngay đến người thi công năm nào cũng chắc đã mấy ai còn sống? Tuy nhiên, đến nay vẫn có người lo ngại cho sự an toàn của nó. Sự lo ngại này lại đến từ người thiết kế năm xưa, một văn phòng thiết kế xây dựng nước ngoài. Đủ biết văn phòng thiết kế này có trách nhiệm cao như thế nào, một cơ cấu thay đổi hàng trăm người trong một thời gian, không gian, trải qua gần một thế kỷ biến động, vẫn không quên trách nhiệm nhắc nhở này.

Trách nhiệm đáng quý vô cùng, có thể lay động tâm hồn chúng ta, đồng thời, trách nhiệm cũng đơn giản nhưng vô giá.

Một nhân viên vệ sinh già, chân không được khỏe nhưng hàng ngày đều hoàn thành việc quét dọn sạch sẽ trước khi trời sáng, thậm chí sáng mồng 1 tết, xác pháo ngập tràn khu nhà đêm 30 dường như không cánh mà bay. Mọi người nói, ngày tết, bác đừng làm nữa. Bà vẫn nói: "Đây là việc chúng tôi nên làm!". Câu nói mộc mạc, chất phác nhưng đầy trách nhiệm.

Có người nói, tinh thần trách nhiệm là yếu tố hàng đầu để đạt được thành công trong sự nghiệp. Muốn thành công, hãy lap tức bắt tay vào việc xây dựng ý thức trách nhiệm.

Bill Gates và 10 nguyên tắc lớn của một nhân viên xuất sắc

Tôi thường xuyên nhận được câu hỏi làm thế nào để trở thành một giám đốc xuất sắc, để trả lời câu hỏi này tôi đã suy nghĩ không chỉ một lần. Nhưng ngược lại, rất ít người đặt câu hỏi không kém phần quan trọng là: Làm thế nào để trở thành một nhân viên xuất sắc?

Dưới đây là 10 đặc điểm mà nhân viên xuất sắc cần có được tôi đúc rút ra theo kinh nghiệm qua sự tiếp xúc với những nhân viên xuất sắc nhất, kiệt xuất nhất trong quá trình lập nghiệp. Tôi tin chắc rằng, tất cả những nhân viên có các đặc điểm trên đều được trọng dụng.

Nếu bạn có đủ 10 đặc điểm này, có thể khẳng định bạn là một nhân viên vô cùng xuất sắc.

Trước tiên, lòng hiếu kỳ, cảm hứng tối thiểu đối với sản phẩm của công ty hay bộ phận mình làm việc là hết sức quan trọng. Bạn cần phải đích thân sử dụng sản phẩm đó.

Với người làm việc trong ngành công nghệ thông tin, đặc điểm này có nhấn mạnh đến đâu cũng không thừa. Đương nhiên, đặc điểm này cũng phù hợp với các lĩnh vực khác có mật độ kiến thức dày đặc, bởi vì sự đổi mới công nghệ và phát triển ứng dụng trong các ngành đó diễn ra nhanh với tốc độ chóng mặt, sự nắm bắt công nghệ rất khó có thể dừng lại ở một điểm, một thời khắc. Nếu bạn không có hứng thú với những sản phẩm đó, bạn sẽ nhanh chóng tụt lại phía sau, thậm chí bị đào thải. Quá trình này cũng vô cùng nhanh chóng!

Thứ hai, khi trao đổi với khách hàng về việc sử dụng sản phẩm ra sao, bạn cần truyền đạt đến khách hàng cảm hứng mãnh liệt, bầu nhiệt huyết tràn đầy như giáo sỹ truyền đạo, từ đó làm cảm động khách hàng, hiểu khách hàng thích gì, không thích gì. Bạn cũng cần tỉnh táo để nhận biết sản phẩm của công ty còn những khiếm khuyết gì, khiếm khuyết nào có thể cải tiến.

Thứ ba, sau khi hiểu nhu cầu của khách hàng, bạn cần tích cực suy nghĩ làm thế nào để sản phẩm gần gũi hơn và giúp đỡ khách hàng nhiều hơn. Ví như: Bạn làm việc trong ngành chế tạo phần mềm máy tính, bạn nên suy nghĩ: Chúng ta cần làm như thế nào mới có thể khiến người sử dụng cảm thấy hứng thú hơn khi sử dụng sản phẩm trong quá trình làm việc? Sản phẩm như thế nào mới có thể khiến việc học trở nên hấp dẫn? Sản phẩm như thế nào mới đem đến cho người sử dụng nhiều hứng thú khi sử dụng tại gia đình?

Ba nguyên tắc vừa nói ở trên liên quan chặt chẽ với nhau. Thành công được quyết định bởi mức độ hiểu biết và quan tâm của bạn đối với sản phẩm, công nghệ và nhu cầu khách hàng.

Thứ tư, là một nhân viên độc lập, bạn cần duy trì sự thống nhất với kế hoạch dài hạn do công ty vạch ra. Nhân viên cần quan tâm đến phương hướng phấn đấu suốt đời, như nâng cao năng lực của bản thân và đồng nghiệp. Động lực tự phát này cần được bồi dưỡng, nhưng cũng đáng để dành công sức suy nghĩ.

Tuy nhiên, phương thức quản lý cũng có thể kích thích tính năng động chủ quan. Nếu bạn làm công việc bán sản phẩm, thì việc hoàn thành chỉ tiêu tiêu thụ là thước đo quan trọng để đánh giá khả năng làm việc của bạn. Đối với nhân viên bán hàng, hoàn thành chỉ tiêu là một việc hưng phấn biết bao! Nhưng nếu hoàn thành chỉ tiêu và nâng cao tiền lương, tiền thưởng tới mức tối đa là động lực duy nhất thúc đẩy bạn làm việc, thì bạn có thể dần dần rời xa đội ngũ và đánh mất cơ hội tốt để phát triển và thành công.

Thứ năm, ngoài khả năng quan sát nhạy bén đối với sự vật xảy ra xung quanh, bạn cần nắm vững kiến thức và tay nghề chuyên môn nào đó. Đặc biệt, một vài công ty lớn yêu cầu nhân viên

nắm bắt thật nhanh kỹ thuật chuyên môn. Không ai có thể đảm bảo những kỹ năng hiện thời vẫn có thể phù hợp với công việc trong tương lai, vì thế, tinh thần hiếu học là vô cùng quan trọng.

Thứ 6, bạn cần linh hoạt tận dụng những cơ hội có lợi cho sự phát triển của mình. Microsoft thông qua hàng loạt những phương pháp, đã tạo ra cho mỗi nhân viên rất nhiều cơ hội làm việc khác nhau. Bất kỳ nhân viên nào nhiệt tình tham gia công tác quản lý đều được cổ vũ, ủng hộ, tạo điều kiện làm việc ở những bộ phận phục vụ khách hàng khác nhau, cho dù có lúc điều này đồng nghĩa với việc Microsoft phải tăng thêm cơ cấu nhánh hoặc điều nhân viên đi công tác nước ngoài.

Thứ bảy, một nhân viên giỏi sẽ dốc sức học hỏi, tìm tòi nguyên lý kinh tế vận hành nghiệp vụ của công ty: Tại sao nghiệp vụ công ty lại được vận hành như vậy? Mô hình nghiệp vụ của công ty là gì? Làm thế nào để đạt được lợi nhuận?

Người nhân viên buộc phải hiểu về nguyên nhân dẫn tới lợi nhuận hoặc thua lỗ của doanh nghiệp nói riêng và cả ngành nghề nói chung thì mới có thể có một cái nhìn sâu hơn, hiểu biết hơn về giá trị công việc mình đang phụng sự. Đương nhiên, nhân viên cần học những gì thực tế và dốc sức vào những khiếm khuyết có khả năng cải tiến nhất.

Thứ tám, nhân viên giỏi nên quan tâm đến động thái của đối thủ cạnh tranh. Microsoft luôn đánh giá cao những nhân viên luôn từng giờ từng phút chú ý động thái của cả thị trường, họ sẽ phân tích những điểm đáng học tập của đối thủ cạnh tranh và chú ý tổng kết, tránh những lỗi lầm mà đối thủ cạnh tranh đã mắc phải.

Thứ chín, nhân viên giỏi luôn biết động não. Phân tích vấn đề nhưng không chỉ dừng lại ở việc phân tích đơn thuần. Họ biết làm thế nào để tìm được điểm cân bằng, làm thế nào để tìm ra thời cơ hành động tốt nhất.

Người nhân viên giỏi luôn biết tận dụng thời gian một cách hợp lý, mang lại hiệu quả cao và còn biết đưa ra ý kiến rõ ràng, hợp lý với các bộ phận khác.

Điều cuối cùng, không nên coi thường những phẩm chất cần có, như thành thật, thẳng thắn, chịu khó, tất cả đều rất quan trọng.

* Trong tiếng Anh nghĩa của những từ này hàm ý trêu cợt, xúc phạm. Egghead dùng để chỉ những người rất thông minh nhưng thường chỉ quan tâm đến chuyện học thuật, sách vở.(Từ này được hình tượng hóa, do những người được coi là thông minh, uyên bác thường có trán cao trông như hình quả trứng!. Nerd là từ được dùng để cố tình sỉ nhục người nào đó về hình thức bên ngoài hoặc trong cách xử ngoài xã hội. Nerd còn có nghĩa là người quá thiên về khoa học kỹ thuật và không màng chi đến chuyện khác. (Microsoft Encarta Reference Library 2002)
* Trong tiếng Anh nghĩa của những từ này hàm ý trêu cợt, xúc phạm. Egghead dùng để chỉ những người rất thông minh nhưng thường chỉ quan tâm đến chuyện học thuật, sách vở.(Từ này được hình tượng hóa, do những người được coi là thông minh, uyên bác thường có trán cao trông như hình quả trứng!. Nerd là từ được dùng để cố tình sỉ nhục người nào đó về hình thức bên ngoài hoặc trong cách xử ngoài xã hội. Nerd còn có nghĩa là người quá thiên về khoa học kỹ thuật và không màng chi đến chuyện khác. (Microsoft Encarta Reference Library 2002)
* Đôi tay của vua Midas: theo thần thoại Hy Lạp, vua Midas có hai bàn tay kỳ diệu. Mọi thứ mà vua chạm tay vào đều biến thành vàng cho dù ông có muốn hay không.
* Bệnh Hodgkin (Hodgkin's disease): một căn bệnh rối loạn ác tính do sự nở lớn của các hạch bạch huyết và lá lách, và đôi lúc cả gan. Bệnh này được đặc tên theo bác sĩ điều trị người Anh, thomas Hodgkin (1798 – 1866)
* Massively parallel [processor]: Thuật ngữ dùng trong ngành điện toán để chỉ một bộ xử lý song song có khả năng thực hiện cùng một lúc trên một ngàn phép tính khác nhau.
(1) Phạm vi nhỏ nhất của các tầng số điện tử cấu thành một dải băng và bên trong dải băng này một tín hiệu đặc biệt được truyền đi thông suốt. Nói một cách khác, bandwidth là khối lượng thông tin có thể được gởi đi trong các đường truyền liên lạc: băng thông.
1. Sigment Freud, người đã khởi xướng và xây dựng bộ môn phân tâm học, dựa trên các ý tưởng cho rằng đời sống tinh thần chi phối trên cả hai cấp ý thức và vô thức, và các biến cố thời thơ ấu có ảnh hưởng mạnh về mặt tâm lý trong suốt cuộc đời.
3. Holy Grail: là giải pháp công ty Dell gọi là sóng vô tuyến (radio) thông minh hay radio dựa trên phần mềm cho phép tích hợp 802.11 và di động trong một thiết bị và nó chuyển đổi tự động.
4. tablet: Thiết bị được dùng để nhập thông tin về vị trí của hình đồ họa trong các ứng dụng kỹ thuật, thiết kế và minh họa. Một mặt phẳng hình chữ nhật bằng nhựa được trang bị cùng với một thiết bị trỏ (puck) hoặc một cây bút - còn gọi là bút trâm (stylus) – và bộ phận điện tử cảm nhận để báo cáo vị trí của đầu bút cho máy tính, diễn dịch dữ liệu này thành vị trí con trỏ trên màn hình.
5. modeling : (1) Sử dụng máy tính để mô tả hành vi của một hệ thống. Thí dụ, các chương trình bảng tính có thể được dùng để thao tác với các dữ liệu tài chính biểu thị tình hình và hoạt động của một công ty, dùng để phát triển các kế hoạch và dự án kinh doanh, hoặc dùng để đánh giá tác động của những thay đổi được dự báo đối với các hoạt động kinh doanh và tình trạng tài chính của công ty. (2) Sử dụng máy tính để mô tả bằng hình thức toán học các đối tượng vật lý và các mối quan hệ không gian giữa chúng. Thí dụ, các chương trình CAD được dùng để biểu diễn trên màn hình các đối tượng vật lý như công cụ, tòa nhà văn phòng, các phân tử phức tạp và xe ô tô. Các mô hình này dùng các công thức để tạo ra đường thẳng, đường cong và các hình thể khác và đặt các hình thể này vào vị trí tương quan chính xác với nhau và với không gian hai chiều hoặc ba chiều mà chúng được vẽ ra.
1. stock option: thuật ngữ trong thị trường chứng khoán nói đến một hình thức thông dụng của công ty cổ phần dùng để thưởng hay bù đắp cho nhân viên của mình. Nhân viên được cho một hợp đồng option chứng khoán để mua cổ phần công ty theo một giá nào đó (bằng hoặc dưới giá thị trường vào thời điểm tặng option) trong một khoảng thời gian ấn định bằng năm.
2. Cổ phiếu phân chia: thuật ngữ trong thị trường chứng khoán chỉ sự gia tăng số cổ phần đang lưu hành của một công ty mà không thay đổi vốn của cổ đông hay thay đổi tổng số trị giá thị trường vào thời điểm phân chia.
Một đơn vị quân đội cô-dắc gồm một trăm người (hoặc hơn) tương đương với một đại đội kỵ binh.
Phái Dân Túy ('Đất đai và Tự do')
Điển tích kinh thánh. Balaam là một pháp sư có con lừa cái một hôm bỗng dưng cất tiếng nói như người, để phản kháng roi vọt. 'Con lừa Balaam' là một thành ngữ thường dùng để chỉ những người vốn nhẫn nhục, ít nói nhưng đến một lúc nào đấy lại đột nhiên lên tiếng phản kháng quyết liệt.
Một giáo phái ở Nga, ly khai với giáo hội chính giáo.
Nguyên văn là Veliki Mogol (Mông cổ đại vương), tước hiệu của nhà vua do triều đình Mông cổ đặt ra để cai trị Ấn độ trong thời kỳ Mông thuộc (1526-1858).
Một cách dịch khác đầu đề cuốn sách theo nguyên văn Nga.
Bức họa Những người kéo thuyền trên sông Vôlga, của danh họa Nga Rê-pin, thế kỷ XIX
Một chữ cổ của văn tự Nga đã bị bãi bỏ và thay bằng chữ E sau 1917.

Vùng rộng không có rừng cây ở miền cực Bắc; quanh năm băng giá, cằn cỗi, chỉ mọc những bụi cây nhỏ.
Sinh viên trường võ bị được coi đang tòng ngũ quân đội thường trực.
Xô-viết đại biểu.
Ủy ban cách mạng.
Trong nguyên bản: 'có tiếng chim đa đa gáy: 'Xapt'para' (Câu này mô phỏng tiếng gáy đơn điệu, nghe dễ buồn ngủ, của chim đa đa: lại có nghĩa là 'đến giờ đi ngủ rồi').
Thưa quý ông quý bà (t.Pháp).
Học sinh trường võ bị trung cấp chuẩn bị cho con em quý tộc vào trường võ bị cao cấp hoặc ra làm sĩ quan cấp dưới.
Trong đó quan trọng nhất là quyền sở hữu đất đai được hưởng trọn đời, do chính phủ Sa hoàng ban cho dân cô-dắc không có đất vào năm 1883.
Txu-Sima, một hòn đảo trên eo biển Triều tiên. Năm 1904, gần đảo này có xẩy ra một trận thủy chiến lớn giữa hai hạm đội Nga, Nhật; trong đó hạm đội Nga do đô đốc Rôjđextvenxki chỉ huy đã bị thất bại nặng nề.
'Mệt quá, làm ơn giặt cho tôi!' (tiếng Đức xen tiếng Nga trọ trẹ trong nguyên văn).
Người trừ tà.
Lễ cổ truyền của Xlavơ. Trong tiết này người ta thường dọn tiệc bánh và tổ chức vui chơi. Blin là một thứ bánh làm bằng bột loãng tráng vàng bằng bơ.
Phái Xlavôphil là một trào lưu tư tưởng ở Nga vào khoảng giữa thế kỷ XIX, chủ trương tập hợp các dân tộc Xlavơ lại dưới quyền lãnh đạo của nước Nga, trái với các phái tây học, họ khẳng định rằng nhân dân Nga có một phương hướng phát triển riêng khác hẳn các dân tộc phương Tây.
Sic transit gloria mundi (Hư vinh của trần thế trôi đi như vậy đấy) (t. Latinh).
Người 'phước lộc' là hạng người hơi ngây dại mà tín ngưỡng dân gian coi là những người đã được Thượng đế chọn lựa cho cuộc sống diễm phúc trên thiên đường.
Apocalypxix là một thiên trong Kinh Thánh tả những cảnh vật hết sức hoang đường, quái đản.
Dân Moxkva (theo tiếng địa phương).
Kean Edmund (1787 - 1833). Diễn viên Anh nổi tiếng chuyên đóng các vai bi kịch của Shakespeare.
Mũ hình cái soong có ngù ở trên, thường dùng ở các nước cận đông.
Vì Đasa có chồng, cho nên trong hộ chiếu đề tên họ là'Têlêghina Đarya Đmitrievna'. Vì vậy viên đại đội trưởng mới hỏi họ của bố nàng (nếu nàng là con gái chưa chồng thì tên họ trong hộ chiếu - 'Bulavina Đarya Đimitrievna' sẽ cho biết bố nàng là ai.
Linh mục và tu sĩ ở Nga để tóc rất dài.
Thật ra Pêtrôvna là phụ danh chứ không phải là tên. Nó có nghĩa là 'con gái ông Piôtr'. Như vậy là rút cục ta vẫn không biết tên bà cụ là gì.
tức một tên bạch vệ (trong ngôn ngữ của thổ phỉ Makhnô).
La Jucunda, chân dung nổi tiếng do Lêônarđô de Vintsi vẽ.
Cậu bé Pari
Bạn thân mến (tiếng Pháp).
Trong bộ tiểu thuyết này, chúng tôi tạm dùng một hệ thống thuật ngữ chỉ các đơn vị quân đội như sau: quân đoàn (armya-armée), lữ đoàn (korpux-corps đ'armée), sư đoàn (đivizya-đivision), đại đoàn (brigađa - brigade), trung đoàn (polk-régiment), tiểu đoàn, (batalyon-bataillon), v.v. (N.D.)
Dùng để đun bếp
11. Viết tắt của Microsoft Network.
1\. Sa Trư: tiếng Anh là amake charinist pig - chỉ những người theo chủ nghĩa tôn sùng nam giới một cách cực đoan.
12. Nguyên văn (彩衣娱亲) Truyền thuyết kể lại thời Xuân Thu có Lai Tử, rất hiếu thuận, bảy mươi tuổi rồi có lúc vẫn mặc quần áo sặc sỡ, giả thành trẻ con để chọc cha mẹ cười vui. Về sau trở thành điển cố chỉ người con hiếu thuận với cha mẹ.
13. Một hình thức hôn nhân của người Ma Thoa tộc Nạp Tây ở Vân Nam, 'tẩu hôn' là trai chưa vợ, gái chưa chồng, nam nữ chung sống với nhau ở trong gia đình mẫu hệ của mình, là hôn nhân do sự 'đi' của nam giới mà thực hiện. Đàng trai buổi tối đến đàng gái ở một đêm, sáng sớm hôm sau về lại nhà mình, hai bên đều không phải thành viên trong gia đình đối phương.
2. Sa Trư: tiếng Anh là amake charinist pig - chỉ những người theo chủ nghĩa tôn sùng nam giới một cách cực đoan.
3. Lý Gia Hân: Hoa hậu Hồng Kông, ngôi sao điện ảnh nổi tiếng xinh đẹp, kết hôn với đại gia Hứa Tấn Hưởng.
4. Câu nói của Mạnh Tử, nghĩa là 'kẻ có tài sản thì mới có tấm lòng, về sau được dùng với ý nghĩa người có thực lực kinh tế mới có thể ổn định.

5. Vương Diệu Luận: sinh năm 1917, là người dân tộc Miêu, người Thái Giang - Quý Châu, từng nắm giữ những chức vụ quan trọng ở tỉnh Quý Châu sau khi nước Cộng hòa Dân chủ Nhân dân Trung Hoa thành lập.
6. Vivienne Westwood: Nhà thiết kế thời trang người Anh, bà nổi tiếng với mái tóc đỏ và phong cách thiết kế độc đáo.
7. Bruce Lê là tên tiếng Anh của Lý Tiểu Long.
8. Đêm dài đằng đẵng, không có tâm tư nào để ngủ.
9. Vương Gia Vệ: (17/7/1958 - nay) là đạo diễn, biên kịch, nhà sản xuất nổi tiếng của điện ảnh Hồng Kông. Ông cũng là đạo diễn phim nghệ thuật hàng đầu của Hồng Kông từ thập niên 1990 đến nay, từng đoạt giải Đạo diễn xuất sắc nhất Liên hoan phim Canner 1997.
10. Trúc tôn: một loại thực vật ký sinh trên cây trúc.
14. Đơn vị tiền tệ của Tiệp Khắc.
15. Tên một món ăn.
Dan Tumơ, một nhà thơ kiêm nhà văn nổi tiếng, người Mỹ da đen, sinhtại Hoa Thịnh Đốn năm 1894.
Làng ở Nam Phi Châu có hàng rào vây quanh.
Người da đen ở Nam Phi, thuộc dòng họ Bautu.
Thi sĩ Pơringơn (1789 - 1834) người xứ Tô Cách Lan sinh trưởng trong một gia đình nông dân. Năm 1819 ông sang Nam Phi Châu và không trở về nữa. Toàn bộ thơ của ông đều viết về đời sống và phong cảnh ở Nam Phi Châu.
Tên gọi những người sinh ra ở Âu châu nhưng lập nghiệp lâu đời ở Nam Phi Châu, và Nam Phi trở thành quê hương của họ.
Tên hai tỉnh ở Liên bang Nam Phi.
Tên gọi nhóm thủy thủ Hà Lan và bọn lái buôn Hà Lan đổ bộ vào vịnh Kếp năm 1652 và thiết lập một hải cảng ở đó.
Một nhóm người theo tà đạo, xưa đánh chiếm một miền ở gần tỉnh Kếp. (N.D.)
một thành phố lớn ở Liên bang Nam Phi (N.D.)
miền cao nguyên ở Nam Phi Châu, mùa tạnh ruộng đất khô cằn không có nước.
Một đồng bảng Anh có 20 silinh. Một silinh có 12 xu (N.D.)
Caoti Cunlân (Countee Cullen), sinh năm 1903, một nhà thơ lớn người Mỹ da đen.
Những sinh viên này là người da trắng sống ở Nam Phi. (N.D.)
Đây là một thứ rượu giống vị rượu bia mà nhân dân địa phương thích uống, nhưng có luật cấm nấu và uống, nên phải uống thầm lén.
Trụ sở Bộ Quốc phòng Hoa Kỳ (ND).
Nguyên văn: Catch-22 – chỉ những tình huống con người không thể đạt được mong muốn vì làm trái quy luật thông thường. Thành ngữ này xuất phát từ cuốn sách cùng tên xuất bản năm 1961, do tiểu thuyết gia Mỹ Joseph Heller viết về Thế chiến II. Nhân vật chính trong cuốn sách rất sợ bị giết nên tìm cách thuyết phục các sĩ quan rằng anh ta bị điên để khỏi phải lái máy bay ném bom. Tuy nhiên, các sĩ quan biết rằng những ai biết mình sợ hãi là những kẻ hoàn toàn tỉnh táo. Vì thế anh chàng này vẫn phải lái máy bay ra trận (ND).
Aristotle (384 TCN – 322 TCN) là nhà triết học và bác học thời Hy Lạp cổ đại, là học trò của Plato và thầy dạy của Alexander Đại đế. Ông được xem là người đặt nền móng cho môn lý luận học. Cùng với Plato và Socrates, Aristotle là một trong ba trụ cột của văn minh Hy Lạp cổ đại (ND).
Đảo Phục sinh: một hòn đảo ở Chi-lê. Cây cối trên đảo bị chính cư dân sống ở đó chặt phá để làm nhà, đốt lửa… khiến cho rừng ngày càng cạn kiệt, đất trồng trọt xói mòn dần, cư dân rơi vào tình trạng đói kém triền miên (ND).
Nghị định thư Kyoto liên quan đến Chương trình khung về biến đổi khí hậu tầm quốc tế của Liên hiệp Quốc với mục tiêu cắt giảm lượng khí thải gây hiệu ứng nhà kính, được ký kết ngày 11/12/1997 và chính thức có hiệu lực vào ngày 16/2/2005, với 191 nước tham gia (tháng 9/2011). Tính đến tháng 5/2011, Hoa Kỳ vẫn không tiến hành các biện pháp cắt giảm dù tham gia ký kết (ND).
Nguyên văn: Everybody's crying peace on earth; Just as soon as we win this war (ND).
Mẹ Teresa, còn được gọi là Mẹ Teresa xứ Calcutta (1910–1997), là nữ tu Công giáo Roma người Albania và là nhà sáng lập Dòng Thừa sai Bác ái ở Calcutta, Ấn Độ năm 1950. Trong hơn 40 năm, bà đã chăm sóc người nghèo, bệnh tật, trẻ mồ côi, người hấp hối trong khi vẫn hoàn tất nhiệm vụ lãnh đạo dòng tu phát triển khắp Ấn Độ và đến các quốc gia khác (ND).
Nguyên văn: A Beautiful Mind, bộ phim dựa trên cuộc đời của nhà toán học John Nash, được hãng Universal Pictures công chiếu năm 2001, do diễn viên Russell Crowe thủ vai chính (ND).
Thỏa thuận lời khai: là sự thương lượng hoặc thỏa thuận được tiến hành giữa công tố viên và luật sư biện hộ của bị cáo, theo đó bị cáo sẽ nhận tội để đổi lại mức độ khoan hồng nào đó (ND).

Bách khoa Toàn thư Britannica (nguyên văn: Encyclopedia Britannica) là một bách khoa toàn thư tiếng Anh tổng hợp do công ty Encyclopædia Britannica, Inc. biên soạn và xuất bản, với hơn 4.000 nhà chuyên môn liên tục cập nhật và phát triển. Tác phẩm này được nhiều người cho là một trong những bộ bách khoa toàn thư uy tín nhất (ND).
Tosca là vở bi kịch ba hồi của soạn giả nổi tiếng Giacomo Puccini (1858-1924), lấy bối cảnh thành Rome đang nằm dưới ách cai trị của Napoléon vào thế kỷ XIX (ND).
Vụ Watergate là vụ bê bối chính trị nổi tiếng ở Mỹ trong thập niên 1970, dẫn đến sự kiện tổng thống Richard Nixon phải từ chức. Hai trong số những kẻ trực tiếp thi hành vụ bê bối này là Bernard Barker và Frank Sturgis (ND).
Trong tiểu thuyết Oliver Twist, ông Bumble là viên quan tư tế đã đưa Oliver đến một trại tế bần xấu xa. Chính tại nơi đây, Oliver đã bị giam vào ngục tối chỉ vì xin thêm một ít cháo. Câu nói trên được ông Bumble thốt ra chính trong phiên tòa xử Oliver (ND).
Nguyên văn: United Nations' Core International Human Rights Treaties (ND).
Bộ sưu tập các văn kiện Do Thái giáo cổ đại, được xem là nền tảng của giáo luật Do Thái (ND).
Nguyên văn: Free rider – nghĩa gốc là kẻ trông chờ lợi ích trên trời rơi xuống (ND).
Để đơn giản, tôi chỉ tập trung vào những tình huống trong đó mỗi bên phải quyết định chiến lược cho mình mà không biết bên kia quyết định thế nào. Các lý thuyết gia trò chơi gọi đây là trò chơi đồng thời (để phân biệt với trò chơi liên tiếp) và thể hiện chúng giống như các ma trận trong chương 1 đối với Thế lưỡng nan của người tù, nhưng có sự kết hợp đa dạng giữa các lợi ích, chiến lược và kết quả. Những ma trận này là bản tốc ký thuận tiện để ta hình dung những gì đang diễn ra và chúng cũng là nguồn tham chiếu tiện lợi; tuy nhiên, chúng không phải là phương tiện thiết yếu và độc giả nào thấy chúng không hữu ích có thể bỏ qua.
Nguyên văn: chicken, nghĩa đen là "gà con", từ chỉ kẻ nhát gan.
Nguyên văn: Hawk-Dove – một thuật ngữ trong chính trị; theo đó, các đảng phái ôn hòa (như đảng Dân chủ ở Mỹ) thường được gọi là Bồ câu (Dove), còn các đảng hiếu chiến, manh động (đảng Cộng hòa) được gọi là Diều hâu (Hawk).
Nguyên văn: Evolutionary Stable Strategy.
Nguyên văn: Q.E.D. – một thuật ngữ trong toán học, viết tắt của Quod Erat Demonstrandum ("điều đã được chứng minh" trong tiếng La-tinh) (ND).
Nguyên văn: Rock, paper, scissors – tại Việt Nam, trò chơi này có tên gọi phổ biến là Oẳn tù tì hay Kéo, búa, bao. Tên gọi này đã được thay đổi từ nguyên bản (từ giấy – paper thành bao và từ đá – rock thành búa) do hình dạng bàn tay của người chơi khi chơi trò này (ND).
Vấn đề duy nhất với lối chơi ngẫu nhiên hoàn toàn là rất khó thực hiện được trên thực tế, và đa phần mọi người đều tuân theo một khuôn mẫu nào đó mà một đối thủ tinh anh có thể đoán được. Để khắc phục điều này, tôi đã nghĩ ra cách chọn các chiến lược mà không đối thủ nào có thể dự đoán được, bởi vì bản thân tôi cũng không thể dự đoán dược. Khi tôi thử nghiệm chiến lược này với một chương trình máy tính trên mạng thì nó đã thành công.
Hằng số toán học e là cơ số của logarit tự nhiên, còn gọi là số Euler (đặt theo tên nhà toán học Leonhard Euler). Giá trị số e tới 20 chữ số thập phân là: 2,71828182845904523536...
Chúng đang rơi vào Thế lưỡng nan của người tù, trong đó tuy chiến lược "hai bên cùng đưa" rất mang tính hợp tác, phối hợp (và tối ưu), nhưng chiến lược "hai bên cùng giữ" mới là điểm cân bằng Nash chiếm thế chủ đạo và dẫn tới thất bại.
Nguyên văn: Nash bargaining solution (ND).
Nguyên văn: Pareto optimal position – còn được gọi là tình huống hiệu quả Pareto – một thuyết trọng tâm của kinh tế học được ứng dụng phổ biến trong lý thuyết trò chơi. Theo đó, việc chuyển từ cách phân chia này sang cách phân chia khác mà giúp ít nhất một cá nhân có lợi hơn nhưng không làm bất kỳ một cá nhân nào khác bị thiệt hại được gọi là một sự cải thiện Pareto, hay sự tối ưu hóa Pareto (ND).
Nash liệt kê bốn điều kiện giúp giải pháp mặc cả của ông mang lại kết quả tối ưu: 1. Lời giải cho việc phân chia tài nguyên phải không để phần nào sót lại; 2. Giải pháp không phụ thuộc vào cách người tham gia đánh giá tính thiết thực của phần lợi họ được nhận; 3. Nếu kết quả mà không ai muốn chọn trở nên không khả thi, thì sẽ không có gì thay đổi; 4. Giải pháp sẽ không thay đổi nếu các bên tham gia hoán đổi vị trí cho nhau.
Nguyên văn: Ultimatum Game (ND).
Joseph Raymond "Joe" McCarthy (1908 - 1957) là chính trị gia người Mỹ, nghị sĩ Đảng Cộng hòa tại bang Wisconsin từ năm 1947 cho đến khi qua đời năm 1957. Từ năm 1950, McCarthy đã trở thành gương mặt công chúng tiêu biểu nhất trong giai đoạn mà những căng thẳng của Chiến tranh Lạnh làm gia tăng nỗi sợ về sức ảnh hưởng ngày càng lớn của chủ nghĩa cộng sản (ND).
Peanuts là loạt truyện tranh được đăng trên nhật báo Mỹ của họa sĩ Charles M. Schulz, xuất bản lần đầu

vào thập niên 1940. Truyện có nội dung dành cho thiếu nhi, với hai nhân vật chính là cậu bé Charlie Brown và chú chó Snoopy (ND).
Machiavellian đã trở thành từ đồng nghĩa với tất cả những gì xảo quyệt, lừa lọc và đáng trách; tuy nhiên, thông điệp chính của Niccolo Machiavelli cho những kẻ muốn chiến thắng và duy trì quyền lực là: “Tốt hơn hết là hãy tìm kiếm lòng tin của người ta hơn là phụ thuộc vào [sức mạnh]”. Đối với Machiavelli, niềm tin là vấn đề cốt lõi, dẫu cho những phương pháp ông đề xuất để giành lấy niềm tin đó đôi khi cũng dựa trên tính thực tiễn hơn là đạo đức.
Là tên đặt cho nữ giới, nghĩa là Món quà của Thượng đế.
Nguyên văn: chain letters – tức trò gửi thư và yêu cầu người nhận sao chép rồi gửi đến nhiều người khác, thường để lan truyền các thông điệp dụ dỗ hoặc lừa đảo (ND).
Nguyên văn: pyramid schemes – một hình thức kinh doanh phi pháp và dễ đổ vỡ, trong đó một người hoặc một tổ chức chuyên dụ dỗ người khác tham gia kinh doanh theo cấp bậc kiểu kim tự tháp: những người thuộc các tầng thấp hơn sẽ làm lợi cho những người ở tầng trên bằng doanh số và tiền hoa hồng. Kiểu kinh doanh này tồn tại ở Việt Nam dưới hình thức “kinh doanh theo mạng lưới” hay “bán hàng đa cấp” biến tướng (ND).
Faust là nhân vật trong tác phẩm kịch cùng tên của thi sĩ, nhà soạn kịch, tiểu thuyết gia và triết gia Đức lỗi lạc Johann Wolfgang Goethe (1749-1832). Faust đã bán linh hồn của chàng cho quỷ dữ để được thỏa mãn mọi mong ước của mình (ND).
Nguyên văn: “give still it hurts” (ND).
Tạm dịch: “Bản thân mình không muốn thì đừng làm với người khác.” (ND)
Sau này, Tit for Tat còn đề cập tới các chiến lược cụ thể, và TIT FOR TAT được dùng để chỉ những chương trình máy tính thể hiện những chiến lược đó.
Nguyên văn: pork-barrel politics - thuật ngữ chỉ hành động các chính khách tìm cách mang dự án đầu tư về cho khu vực bầu cử mà mình đại diện để thu phục cảm tình của cử tri (ND).
1. Tên một trang web chuyên về bóng chày, dành cho những người muốn tìm hiểu thông tin, các giải đấu bóng chày (ND).
1. Trích Doanh nhân công nghệ cao: Bài học từ MIT và hơn thế (Entrepreneurs in High Technology: Lessons from MIT and Beyond) (New York: Tạp chí Đại học Oxford, 1991) của Edward B. Roberts, trang 258 (TG).
2. Trích Tác động khởi nghiệp: Vai trò của MIT - Báo cáo đã cập nhật (Entrepreneurial Impact: The Role of MIT – An Updated Report) của Edward B. Roberts và Charles E. Eesley, trong Sáng lập và Xu hướng trong Khởi nghiệp 7, số 1–2 (2011): 1–149, http://dx.doi.org/10.1561/0300000030 (TG).
3. Trích Một báo cáo mới về vai trò của MIT - Báo cáo đã được cập nhật (Entrepreneurial Impact: The Role of MIT – An Updated Report) của Edward B. Roberts và Charles E. Eesley, trong Sáng lập và Xu hướng trong Khởi nghiệp 7, số 1–2 (2011): 1–149, http://dx.doi.org/10.1561/0300000030 (TG).
4. Trích Những câu chuyện thành công (Success Stories) của Văn phòng Chuyển giao Công nghệ MIT, http://web.mit. edu/tlo/www/about/success_stories.html. (TG).
5. Trích Câu chuyện của hai doanh nhân: Tìm hiểu sự khác biệt giữa các loại hình khởi nghiệp trong kinh tế (A Tale of Two Entrepreneurs: Understanding Differences in the Types of Entrepreneurship in the Economy) của Bill Aulet và Fiona Murray, Quỹ Ewing Marion Kauffman, tháng 5 năm 2013, www.kauffman.org/uploadedfiles/downloadableresources/a-tale-of-two-entrepreneurs.pdf (TG).
6. Trích Quản lý sáng tạo và đột phá (Managing Invention and Innovation) của Edward B. Roberts trong Quản lý nghiên cứu công nghệ 31 (Research Technology Management 31), số 1, tháng 1-2 năm 1988, ABI/INFORM Complete (TG).
7. Trích Gần một nửa các công ty khởi nghiệp sáng tạo tại Mỹ được thành lập bởi “người khởi nghiệp cũng chính là người sử dụng” (Nearly Half of Innovative U.S. Startups Are Founded by ‘User Entrepreneurs) theo nghiên cứu của Quỹ Ewing Marion Kauffman ngày 7 tháng 3 năm 2012, www.kauffman.org/newsroom/nearly-half-of-innovative-startups-are-founded-by-userentrepreneurs. Aspx (TG).
8. Trích Doanh nhân trong lĩnh vực công nghệ cao: Bài học từ MIT và hơn thế (Entrepreneurs in High Technology: Lessons from MIT and Beyond) (New York: Tạp chí Đại học Oxford, 1991) của Edward B. Roberts, trang 258 (TG).
1. Thực chất chúng tôi đã bán hàng cho cả ba thị trường trên khi mới khởi nghiệp bởi vì chúng tôi vẫn chưa hiểu được giá trị của việc xác định được các thị trường đặc trưng (TG).
1. Tên phần mềm phác thảo bố cục website (BT).
1. Trong quân sự, hào nước là tuyến phòng thủ cuối cùng bảo vệ lâu đài khỏi sự tấn công của kẻ thù. Ở đây tác giả muốn ám chỉ Yếu tố cốt lõi giống như vũ khí cuối cùng bảo vệ doanh nghiệp khỏi sự tấn công của các đối thủ cạnh tranh, như hình vẽ trang 172 (BT).

2. Theo Từ doanh nhân MIT đến lãnh đạo tiệc trà: Câu chuyện về Thomas Massie (From MIT Entrepreneur to Tea Party Leader: The Thomas Massie Story), của Gregory T. Huang, Xconomy ngày 17 tháng 5 năm 2012, www.xconomy.com/boston/2012/05/17/ from-mit-entrepreneur-to-teaparty-leader-the-thomas-massie-story/2 (TG).
1. Trích Amie Street: Mô hình âm nhạc mới tuyệt vời ("Amie Street: Awesome New Music Model") của Michael Arringto trên TechCrunch, ngày 23 tháng 7 năm 2006, http://techcrunch.com/2006/07/23/amie-street-awesome-new-music-model.
1. Trích từ báo cáo Phương pháp đánh giá mức độ rủi ro cao, đầu tư dài hạn (A Method for Valuing Hight-Righ, Long-term Investment) trong Harvard Business School của William A. Sahlman. Trường hợp 9-288-006, ngày 12 tháng 8 năm 2003 (TG).
1. Những con số đã được thay đổi để minh họa và không phải là con số thật mà Julia dự kiến trong dài hạn (TG).
1. Conversion rate (CR) là chỉ số đo việc những khách hàng tiềm năng trở thành khách hàng thật sự khi họ mua một món hàng hay dịch vụ của bạn. Chỉ số CR này thường là phần trăm của khách mua hàng so với tổng số lượng khách viếng thăm của toàn website hay của một kênh quảng cáo nào đó (ND).
2. Tìm hiểu thêm về Hệ thống đánh giá lòng trung thành của khách hàng tại www.netpromoter.com. Đây là hệ thống đo lường và phát triển quảng cáo truyền miệng hiệu quả (TG).
3. Hay còn gọi là marketing theo kiểu truyền thống, gồm các hình thức quảng cáo như: phát tờ rơi, gửi thư điện tử, bán hàng qua điện thoại,… (BT).
4. "Chiến lược Đại dương xanh" đề cập đến một kiểu thị trường khác, tại đó doanh nghiệp có thể tránh được cạnh tranh và cũng không nhất thiết phải cạnh tranh; mà chủ yếu thu lợi nhuận lớn từ những đột phá sáng tạo (BT).
1. Trích "YC - Style Up tư vấn thời trang cá nhân hàng ngày phù hợp với phong cách và địa điểm của bạn" của Leena Rao trên Techcrunch, ngày 18 tháng 3 năm 2013, http://techcrunch.com/2013/03/18/yc-backedstyleup-recommends-daily-personalized- outfits-tailored-to-your-style-and-location.
(9) Chỉ riêng A Brief History of Time đã bán được hơn 9 triệu bản bằng 40 thứ tiếng, tính đến năm 2001.
(10) Tạp chí Forbes hàng năm đưa ra một danh sách những người giàu nhất thế giới với tài sản được tính bằng tỉ đô-la Mỹ.
(11) Condoleezza Rice, sinh năm 1954 - Cố vấn An ninh Quốc gia của tổng thống Mỹ (2001 - 2005), được Tổng thống George Bush (con) bổ nhiệm chức Ngoại trưởng Mỹ ngày 26/01/2005. Tất cả các phát biểu của Condoleezza Rice trong bài này được trích dẫn từ bài báo của bà trên tờ Time (in partnership with CNN) ngày 30/04/2006, tại trang web: http://www.time.com/time/maga-
zine/article/0,9171,1187226,00.html
(12) Người theo Dòng Baptist chỉ rửa tội cho người lớn, không rửa tội cho trẻ sơ sinh.
(13) Phil Donahue (sinh năm 1935), người dẫn chương trình truyền hình nổi tiếng với 'Phil Donahue Show' từ 1970 - 1996, talk show của ông thường xoay quanh các vấn đề gây tranh cãi giữa hai đảng Cộng hòa và Dân chủ ở Mỹ như phá thai, luật bảo vệ người tiêu dùng, quyền công dân, phong trào phản chiến,...
(14) Roundhouse: tạm dịch là 'một cú đấm mạnh như búa bổ', có lẽ Howard muốn nói đến sự thẳng thắn, quyết liệt của Oprah trong các cuộc phỏng vấn không khoan nhượng trước cái xấu.
(15) Anorld Schwarzenegger, sinh ngày 30/07/1947 - lực sĩ thể hình, diễn viên, doanh nhân, chính trị gia người Mỹ gốc Áo, nổi tiếng qua các phim hành động của Hollywood, được Tổng thống George H. Bush (Bush cha) bổ nhiệm làm Chủ tịch Hội đồng Thể chất và Thể thao của tổng thống từ năm 1990 đến năm 1994, sau đó đắc cử chức thống đốc bang California nhiệm kỳ 07/11/2003 - 08/01/2007.
(1) Wolfgang Amadeus Mozart (1756 - 1791), nhạc sĩ thiên tài người Áo.
(2) Vienna - Thủ đô Austria (Áo), Di sản Văn hóa Thế giới, được UNESCO công nhận năm 2001.
(3) Joseph Haydn (1732-1809): Nhạc sĩ vĩ đại người Áo.
(4) Antonio Salieri (1750-1825): Nhạc sĩ người Ý nhưng sống phần lớn cuộc đời mình tại Áo.
(5) Goethe (1749 - 1832): Đại thi hào người Đức.
(6) Franz Liszt: Nhà soạn nhạc tài hoa người Hungary, tác giả của bản 'Hành khúc Hungary' nổi tiếng.
(7) Đây được xem là một trong những bản giao hưởng hay nhất mọi thời đại.
(8) Franz Schubert: Nhà soạn nhạc nổi tiếng người Áo, cùng thời với Mozart và Beethoven.
Aztecs là một nền văn minh ở khu vực trung tâm Mexico trong khoảng thế kỷ 14 - 16, có bản sắc văn hóa đặc biệt và ghê rợn. Trong những buổi tế thần thường xuyên được tổ chức, động vật, phụ nữ, thậm chí là trẻ em và trẻ sơ sinh bị mang đi hiến tế bằng cách moi tim, lột da rồi đặt lên bệ thờ ở Kim tự tháp Lớn tại thủ phủ Tenochtitlán. ba toong này thì tôi không có cách nào để leo lên kim tự tháp của họ được.
Hạ nguyên tử: Hạt hạ nguyên tử là một khái niệm để chỉ các hạt cấu thành nên nguyên tử, cùng các hạt được giải phóng trong các phản ứng hạt nhân hay phản ứng phân rã. Ví dụ: điện tử, proton, neutron là những hạt hạ nguyên tử thường được nhắc đến. Ngoài ra còn rất nhiều các hạt hạ nguyên tử khác trong vật

lý hạt.
Talk show (Mỹ) hay chat show (Anh) là một chương trình truyền hình hoặc phát thanh mà một nhóm người ngồi lại với nhau để thảo luận một số chủ đề mà người dẫn chương trình đưa ra. Thông thường, các talk show có một ban (panel) khách mời hiểu biết rõ hoặc có nhiều kinh nghiệm liên quan đến vấn đề đang được thảo luận trong chương trình đó.
Dis-ease có nghĩa là bệnh tật; nhưng bằng dụng ý chơi chữ của tác giả, khi cắt nghĩa của từ dis-ease, dis có nghĩa là không, ease nghĩa là dễ chịu, thoải mái, nên dis-ease còn mang nghĩa là không dễ chịu, thoải mái, tức là mọi bất ổn, xáo trộn về tinh thần, cảm xúc của con người đều có ảnh hưởng đến sức khỏe thể chất.